

mistura

uma nova experiência alimentar

ana beatriz hamburger aldrighi





Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço Técnico de Biblioteca
Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo

Aldrighi, Ana Beatriz
MIstura:uma nova experiência alimentar / Ana
Beatriz Aldrighi; orientadora Daniela Hanns. – São
Paulo, 2017.
108p.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em
Design) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da
Universidade de São Paulo.

1. Alimentação. 2. Design de Serviços. 3. Hábitos
Alimentares. I. Hanns, Daniela, orient. II. Título.

ana beatriz hamburger aldrighi

mistura

uma nova experiência alimentar

mistura – a new food experience

Trabalho de Conclusão de Curso de Design da
Faculdade de Arquitetura e Urbanismo

Orientado por:

Prof.^a Dr.^a Daniela Kutschat Hanns

Universidade de São Paulo

São Paulo | 2017

resumo

O presente trabalho surgiu da inquietação de como manter hábitos alimentares saudáveis morando em uma cidade como São Paulo, onde a disponibilidade e o acesso à alimentos ultraprocessados atendem a demanda por soluções práticas na rotina, afastando a população cada vez mais da comida de verdade. Por meio do design e de suas metodologias foi criado um panorama geral do universo da alimentação, de modo a entender as relações nesse meio e identificar oportunidades na área.

Como forma de inserir melhores práticas alimentares no contexto urbano e utilizando o Guia Alimentar para a população brasileira como parâmetro, foi desenvolvido um serviço que consiste na venda de kits culinários para preparo individual, composto principalmente por alimentos in natura ou minimamente processados, apresentando práticas alimentares mais saudáveis, incentivando o preparo de refeições e abordando conceitos ligados ao universo da alimentação.

Diferentes áreas do design foram utilizadas, gerando soluções conceituais, gráficas e materiais, de modo a compor uma nova experiência alimentar na rotina contemporânea.

Palavras chaves:

alimentação, receitas, design de serviço, experiência alimentar

abstract

This project emerged as a concern of how to maintain healthy eating habits in a city as Sao Paulo, where availability and access to ultra industrialized food attend the demand for rushed and practical solutions, increasingly keeping the population distant from real food. Using design and its methodologies, it was created an overview of nutrition universe, in a way to understand this relationships within this field and identify opportunities in this area of study.

As a way to propose better eating practices in the urban context and using 'Guia Alimentar para a População Brasileira' (Food Guide to Brazilian Population) as a parameter, it was created a service that consists of selling individual cooking kits composed mainly by fresh or minimally processed ingredients, presenting healthier eating habits, encouraging meal preparation and addressing concepts related to the nutrition universe.

Different design areas were used, generating conceptual, graphic and tangible solutions, in order to compose a new food experience in contemporary life.

Key-words:

Nutrition, recipes, service design, food experience

agradecimentos

Para professora **Daniela Hanns**, meu imenso obrigada por toda a disposição em me orientar, pela paciência para acompanhar minha cabeça confusa e pelas conversas e incentivos.

Ao **Rodrigo**, por me desafiar todo dia e pela nossa parceria e cumplicidade. A **Luli**, por ser a mulher que eu pretendo ser um dia. Ao **Marcos**, por acreditar no meu potencial e por ver beleza em tanta coisa simples. E por todos os valores e oportunidades que os três me proporcionaram até hoje, por todo o investimento em papéis coloridos e miçangas, e por nunca reclamarem da bagunça espalhada pelo chão e pela casa. E principalmente, por todos os mau humores que aguentaram nesse processo.

As amigas fauanas **Audrey Chiang**, **Iris Sototuka**, **Mariana Tamashiro** e **Renan Borrato** pela atenção, pelo apoio e pelos conselhos nesse processo e nos momentos de desespero.

A **Manuela Capezzuto**, minha querida nutricionista e amiga por todo o incentivo, disposição e colaboração nesse projeto.

Ao **Thiago Rocha Ribeiro**, pelas trocas, incentivos profissionais e mútua confiança estética.

Ao **Victor Maitino**, que, mesmo de longe, esteve presente sempre que precisei.

A todos que contribuíram em alguma parte desse processo, pela paciência e disposição.

E a todas oportunidades que tive nessa vida.

sumário

5	resumo	47	modelo do serviço
7	agradecimentos	48	possíveis soluções para os aspectos logísticos para a montagem dos kits
11	motivação pessoal	50	jornada do usuário
13	objetivo	52	implementação do serviço
14	introdução	54	ponto de venda
18	revisão teórica	55	site
19	produção	56	orientando os preparos
22	distribuição e consumo	57	receitas em texto e em vídeo
26	identificação de oportunidades	64	processo criativo
27	jornada do consumidor padrão	72	experimentações- métodos de impressão
28	jornada do consumidor engajado	78	embalagem
30	direcionamentos de projeto	80	desenvolvimento da identidade visual
32	encaminhamentos de projeto	93	o kit
37	modelo de negócios	98	passos futuros
38	benchmarking	99	considerações finais
45	usuário	100	bibliografia
		103	lista de figuras

motivação pessoal

O projeto a seguir foi idealizado a partir do meu gosto pela alimentação, e tudo aquilo que ela proporciona e envolve, e pelas minhas inquietações e perspectivas como designer.

Cozinhar faz parte da vida da maioria das pessoas, mesmo que de diferentes maneiras, e comigo não é diferente. Sempre gostei de comprar, preparar e saborear alimentos, mas era algo que só praticava em dias especiais e não fazia parte da minha rotina. Nos últimos dois anos, passei a participar mais das tarefas domésticas, especialmente fazendo as compras e preparando as refeições. Dessa forma, comecei a me interessar cada vez mais pelo universo da alimentação e assim procurar receitas diferentes, pensar o que e aonde comprar e me arriscar mais na cozinha.

De modo espontâneo, fui mudando meus hábitos alimentares. Os alimentos industrializados foram perdendo espaço para alimentos frescos e começou a fazer mais sentido ir à feiras e hortifrutis do que apenas ao supermercados, onde as frutas, legumes e verduras costumam ser mais caros e de qualidade mais baixa. Comecei a ir na zona cerealista para comprar grãos, cereais e oleaginosas a granel e ir atrás de feiras orgânicas e mercados menores, onde a proximidade com o produtor é maior e o preço de orgânicos é menor. Tais mudanças, apesar de básicas, influenciaram até na dinâmica familiar, proporcionando mais refeições juntos, menos dinheiro gasto em restaurantes e maior preocupação com o que comíamos. Fui percebendo que a alimentação "saudável" não trata apenas daquilo que comemos, mas como come-

mos, compramos, preparamos e nos relacionamos.

Do ponto de vista do design e suas práticas, me desafiei a desenvolver um projeto complexo com o intuito de concentrar aquilo que eu entendo como design e também aproveitar a oportunidade de me entender como designer e explorar diferentes domínios da área, tendo familiaridade ou não.

Dessa maneira surgiu meu objeto de pesquisa: entender esse universo com o intuito de criar um agente facilitador no processo de busca por hábitos de alimentação mais saudáveis e conscientes.

objetivo

Este trabalho visa propor um sistema que gere práticas alimentares mais saudáveis aos moradores de São Paulo, aproximando a população de alimentos e de tudo aquilo que faz parte de seu ciclo. Tendo a consciência que tal prática hoje é exclusiva a um nicho específico do mercado, o intuito é um projeto que atinja alguns outros nichos, gerando impactos positivos no campo da alimentação. O objetivo é criar um sistema dinâmico, que facilite todo esse processo, engaje os participantes desse ciclo, mude modos de consumo espontaneamente e conscientize.

introdução

Antes de se aprofundar na alimentação e suas complexidades, é necessário um esclarecimento sobre o que é entendido como hábitos e práticas alimentares saudáveis durante este projeto.

Comer bem é hoje uma tendência, existem milhares de livros, sites, redes sociais, movimentos e estudos sobre o assunto. Mas é difícil entrar em um consenso sobre o que é de fato ter uma alimentação adequada. A discussão é longa e abarca diferentes questões nutricionais, psicológicas e físicas. Neste projeto, ao falar de alimentação saudável, seguimos a definição do Guia Alimentar da População Brasileira de 2014:

A alimentação adequada e saudável é um direito humano básico que envolve a garantia ao acesso permanente e regular, de forma socialmente justa, a uma prática alimentar adequada aos aspectos biológicos e sociais do indivíduo e que deve estar em acordo com as necessidades alimentares especiais; ser referenciada pela cultura alimentar e pelas dimensões de gênero, raça e etnia; acessível do ponto de vista físico e financeiro; harmônica em quantidade e qualidade, atendendo aos princípios da variedade, equilíbrio, moderação e prazer; e baseada em práticas produtivas adequadas e sustentáveis. (BRASIL, 2014, p. 8)

O Guia Alimentar para a População Brasileira é um material disponibilizado pelo Ministério da Saúde e tem o intuito incentivar práticas alimentares saudáveis, além de políticas e programas que abarquem questões relacionadas a alimentos, saúde e segurança alimentar e nutricional, no âmbito brasileiro. O guia recomenda que a base de uma alimentação saudável está nos alimentos in natura (alimentos adquiridos diretamente de plantas ou

animais) ou então minimamente processados, isto é, que tenham passado por alterações mínimas principalmente em sua forma (secagem, moagem, limpeza). Os alimentos processados, ou seja, conservas, pães e queijos, devem ter seu consumo um pouco mais controlado, e os ultraprocessados, que passam por inúmeros processos de produção e contém diversos ingredientes, não devem substituir alimentos in natura, devido a sua carência nutricional e cadeia produtiva insustentável. Além disso, discute a importância da alimentação como questão social e cultural, estimulando a participação de todos na compra e preparo dos alimentos e expõe os desafios que a sociedade enfrenta para tais práticas.

O mercado brasileiro de comidas saudáveis cresceu 44% entre 2010 e 2015 e tende aumentar ainda mais. Mesmo assim, alimentos ultraprocesados continuam fazendo grande parte do consumo diário, pela sua praticidade, sabor e propaganda. A praticidade é um apelo determinante no cotidiano contemporâneo, no qual ninguém tem tempo para nada, muito menos para cozinhar. O sabor é gerado por ingredientes fabricados industrialmente, como realçadores de sabor ou corantes artificiais, sendo muito difícil alcançar tal sabor ao cozinhar com ingredientes frescos.

No livro "Food Rules", Michael Pollan, jornalista que é referência em alimentação e vida saudável com inúmeras publicações sobre o tema, diz:

Para um produto ter escrito na embalagem que faz bem á saúde, é porque tem uma embalagem. portanto, logo a partida é mais provável que seja um alimento processado e não integral. Além disso, só os gigantes da indústria alimentar têm recursos para garantir a aprovação da FDA para fazer propaganda às qualidades saudáveis dos seus produtos. (...) Os alimentos mais saudáveis que encontramos nos supermercados, os

frescos – não se gabam de ser saudáveis, porque quem os cultivou não tem orçamento nem embalagens para isso. (POLLAN, 2009, p. 8)

A visão deturpada de uma alimentação saudável gera déficits nutricionais, falta de prazer ao comer, culpa, distúrbios alimentares, entre outras complicações. Ao utilizar a abordagem da comida saudável duas questões são encontradas: primeiramente, todas as outras comidas não são saudáveis e em segundo, são consumidas apenas porque são saudáveis e não por serem saborosas. Muitos alimentos ultraprocessados usam equivocadamente o conceito de saudável, e como apontado no primeiro caso, criam má fama aos alimentos in natura. No segundo caso, cada vez mais torna o ato de comer como uma função puramente biológica, deixando o prazer de lado. Pollan também acredita que:

"Cozinhar sua própria comida é um ato político muito importante. Tem a ver com independência e autonomia. Abrimos mão de muito poder ao deixar as grandes corporações cozinhar para nós porque elas decidem quais fazendas vão apoiar e, normalmente, são bem aquelas que fazem um tipo de agricultura que certamente você desaprovava."
(POLLAN, 2009)

Hoje, cozinhar é uma tendência na mídia, diversos programas televisivos que ensinam e estimulam a prática fazem muito sucesso, assim como grandes chefs se tornaram ícones na geração atual. Apesar de o atributo de "bom cozinheiro" ser positivo, a cozinha do dia a dia não parece ter tanto glamour. A prática diária continua sendo majoritariamente das mulheres, e aqueles que não participam justificam com a falta de tempo, de habilidade e de gosto.

Atualmente, quem pauta o que é saudável, ou não, são tanto os influenciadores digitais, como blo-

gueiros, youtubers e instagrammers, quanto chefs de programas televisivos. A maioria das vezes, Influenciadores digitais cultuam o padrão de estética e suas dicas e recomendações usam a beleza como parâmetro, transmitindo conhecimentos sem fundamento, criando novas modas alimentícias e dietas. Os chefs com programas culinários também criam tendências e levantam suas bandeiras.

A chef Rita Lobo, defende um comportamento que se alinha com este projeto. Com livros, material digital e o programa "Cozinha prática", estimula a prática culinária e o que ela chama de "comida de verdade", ou seja, cozinhar de maneira prática e fácil, com alimentos in natura e minimamente processados. Em uma entrevista para a BBC Brasil, Rita diz:

"Substituição faz sentido quando a pessoa tem uma necessidade especial de alimentação, caso dos diabéticos ou celíacos ou alérgicos a lactose. No entanto, não é disso que as pessoas estão falando, mas sim de uma tentativa de driblar a alimentação, sem cozinhar, e substituir o ruim pelo menos pior. É um paliativo. O que funciona é não depender da comida ultraprocessada. (...) É repensar a alimentação e voltar à comida de verdade, e, para isso, aprender a cozinhar é uma ferramenta essencial para quem quer uma alimentação saudável de verdade."

Sendo assim, o projeto apresentado a seguir destaca a importância do ato de cozinhar e conhecer seus alimentos como forma de empoderamento e mudanças sociais. E o primeiro desafio foi observar a estrutura do sistema de alimentação, com o intuito de entendê-lo e identificar falhas e oportunidades na área.

revisão teórica

O sistema mundial de alimentação vem se tornando cada vez mais insustentável. Enquanto 11% do mundo sofre de subnutrição, 8% sofre de obesidade. Há um problema grave no acesso e distribuição de alimentos e também na qualidade da alimentação.

O campo da alimentação é uma rede complexa de relações entre agentes de diferentes segmentos e escalas, incluindo aspectos culturais, políticos e econômicos. Identificar alguns destes tais agentes, suas práticas e inter relações foi o primeiro passo para compreender a amplitude desse sistema e suas particularidades. Para obter tal panorama foram realizadas entrevistas, pesquisas bibliográficas, de campo e de dados secundários. Como forma de visualizar os dados obtidos, estes foram resumidos a seguir como produção e distribuição e consumo.

produção

Hoje, a grande discussão acerca da alimentação é sobre o uso ou não de agrotóxicos usado na agricultura convencional, sugerindo o consumo de alimentos orgânicos como ideal. O modelo atual de agricultura convencional visa o rendimento da produção e a disponibilidade de alimentos e não a proteção do meio ambiente. Mas de qualquer forma, garante preços mais baixos, valor nutricional equivalente, e abastecimento diário.

Tanto a agricultura familiar quanto a agroecologia são soluções de um sistema agrícola mais consciente, ecologicamente equilibrado, que reduz impactos ambientais negativos e ainda assim são viáveis e suficiente para a população, ampliando o acesso a alimentos saudáveis. Além disso, garantem maior diversidade de alimentos, atingem áreas mais distantes e descentralizadas e fomentam a economia local, diminuindo a pobreza e desigualdade no meio rural. A agroecologia garante práticas e insumos naturais, não contaminando solos, ar e águas ou prejudicando a saúde. Já as produções familiares, nem sempre são consideradas orgânicas, mas de qualquer modo são menos agressivas ao meio ambiente e colaboram com o desenvolvimento econômico e social associado à proteção ambiental.

No Brasil, 70% dos alimentos consumidos são provenientes de produções familiares, as quais ocupam apenas 25% da área produtiva, ou seja, as produções familiares têm uma alta produtividade se comparadas à outros métodos.

Segundo o artigo 1º da lei 10.831 de dezembro de 2003:

"Considera-se sistema orgânico de produção agropecuária todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, e a proteção do meio ambiente."

Ironicamente, mesmo o Brasil sendo o maior consumidor mundial de agrotóxicos – com cerca de 70% dos alimentos in natura consumidos tendo presença de agrotóxicos – é também o quinto maior mercado de alimentos e bebidas saudáveis. Ainda assim a produção orgânica representa apenas 0,4% do total da produção agropecuária e só representa 1,5% do que os consumidores compram no mercado. Cerca de 80% das propriedades orgânicas são de agricultura familiar, totalizando 15 mil propriedades já certificadas ou em processo de transição (do modelo convencional para o orgânico).

O principal motivo de 42% da população não considerar a compra de orgânicos é devido aos elevados valores que se encontram nos supermercados. De fato, o escoamento e distribuição da alimentação orgânica não são otimizadas, porém cada vez mais existem iniciativas que aproximam agricultores de consumidores finais, descartando os atravessadores, praticando preços mais justos para todos. Muitos brasileiros, principalmente de áreas mais isoladas, muitas vezes comem e produzem orgânicos mesmo sem conhecer este conceito. Por muitas produções serem mais informais é difícil estabelecer dados sobre tal prática.

A Agenda “Transformando Nosso Mundo: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável” da Organização das Nações Unidas (ONU) traça os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável globais até o ano de 2030 e contém 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e 169 metas com base nas 3 dimensões do desenvolvimento sustentável, a social, a econômica e a ambiental.

O objetivo 2 e o objetivo 12 contêm metas que reforçam a importância da alimentação saudável e de práticas para o desenvolvimento sustentável. Além disso, indicam o que deve ser feito nesta área para erradicar a fome, ajudar pequenos produtores, garantindo a qualidade do alimento e da produção.

distribuição e consumo

A cidade de São Paulo já possui inúmeras iniciativas no setor alimentício que propõem a aproximação do consumidor com o produtor, a compra de orgânicos e de pequenos produtores ou que incentivam práticas de alimentação mais saudáveis. São lojas online, deliveries de comida pronta, quitandas e feiras que reúnem diferentes produtores, grupos nas redes sociais para discutir experiências, além de muitas outras propostas acerca do tema. A maioria das iniciativas costumam ter valores elevados e horários de funcionamento restritos se comparados aos supermercados e feiras livres, fazendo com que apenas pessoas realmente engajadas e atentas ao assunto se esforcem para frequentar tais lugares.

O desperdício de alimentos também é um fator a ser considerado na hora da compra. Por ano, 1,3 bilhões de toneladas dos alimentos produzidos são desperdiçados, muitas vezes antes mesmo de chegar aos mercados. Por uma questão cultural e falta de informação, existe uma preferência por alimentos dentro de um certo padrão estético, fazendo com que alguns alimentos, mesmo que em condições de consumo, sejam descartados antes mesmo do consumidor ter a chance de escolhê-los. E dentro dos alimentos que chegam as prateleiras muitos acabam não sendo vendidos por estarem com pequenos machucados ou cores não tão fortes, e são jogados fora. O desperdício não é só do alimentos em si, mas de todos os recursos utilizados para o alimento ser produzido e chegar até ali.

Jandira, dona da barraca "Horta e Flor" da feira orgânica do Parque da Água branca, diz que também sobra muito alimento no fim da feira, a solução é vender no hortifruti de um parente, mesmo que por um preço mais baixo, ou colocar de volta na terra, para adubar. Já a quitandoca, quitanda agroecológica no bairro de pinheiros, oferece todo domingo um café da manhã agroecológico, utilizando a sobra de produtos não vendidos durante a semana. É uma oportunidade interessante tanto do ponto de vista de evitar o desperdício quanto da conscientização e troca de conhecimentos entre os clientes e a quitandoca.

A fruta imperfeita é uma empresa que compra estes alimentos considerados "feios" direto dos produtores que não conseguiriam vendê-los e fornece cestas semanais na cidade de São Paulo.

Como formar de combater o desperdício e contribuindo para a inclusão nutricional e social de segmentos da população em situação de vulnerabilidade alimentar, o programa MESA BRASIL SESC arrecada e distribui alimentos doados e também cria materiais de capacitação que asseguram as boas práticas na manipulação de alimentos, seguindo padrões estabelecidos pela Vigilância Sanitária.

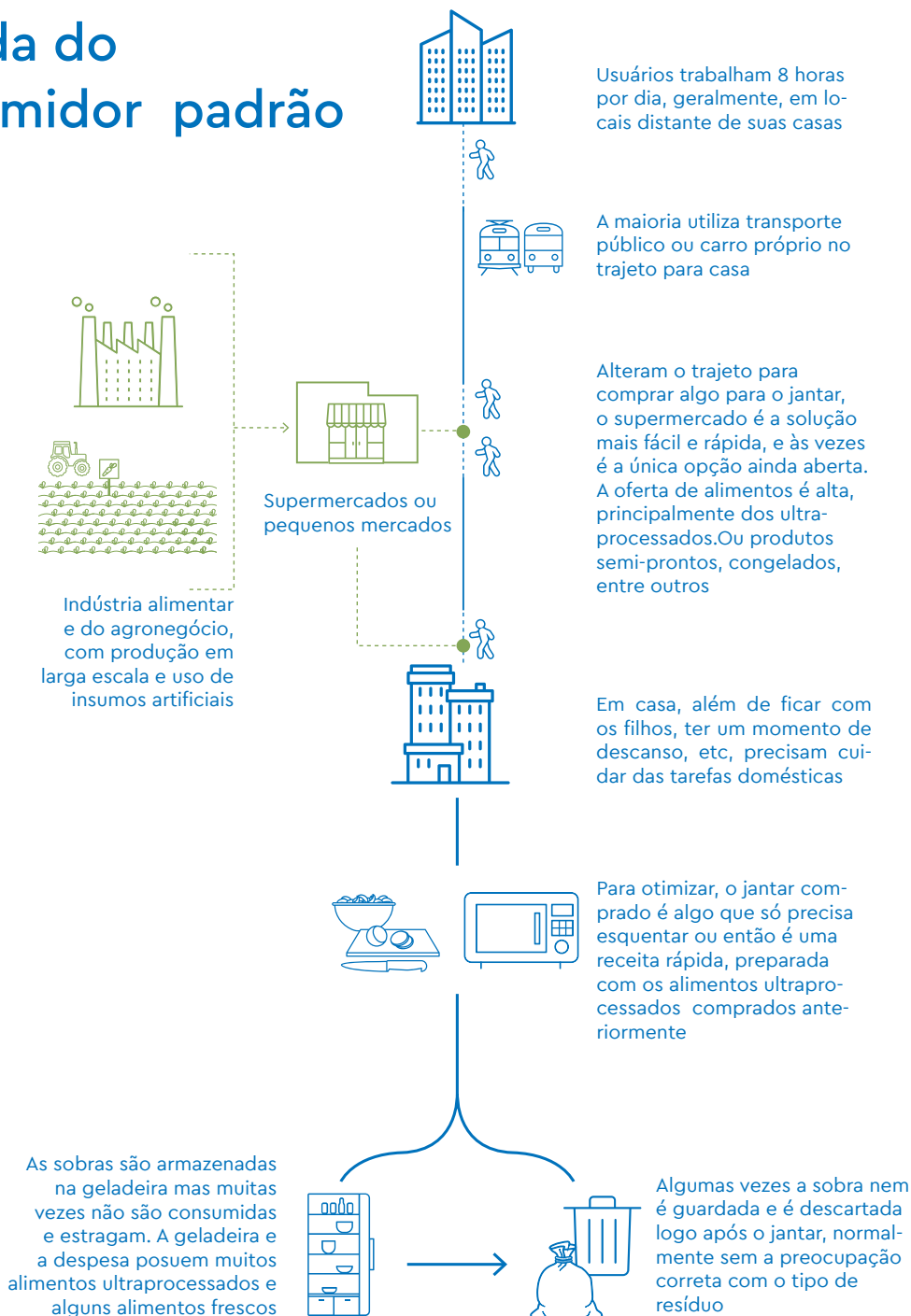
Em contraponto a ofertas de orgânicos a determinados nichos, um grande desafio no meio urbano são os chamados Desertos Alimentares. Isto é: locais (bairros, ou até municípios) com difícil acesso à alimentos frescos como frutas e legumes e grande abundância de pequenos comércios que oferecem apenas alimentos industriais e ultraprocessados, como bolachas recheadas e salgadinhos. Tais desertos são definidos a partir de diferentes aspectos sociais e econômicos, só o fato em si já é um grande problema, mas suas consequências são ainda piores, criando hábitos alimentares ruins, como a falta de gosto por alimentos in natura ou a falta de saberes culinários.

etapa 1

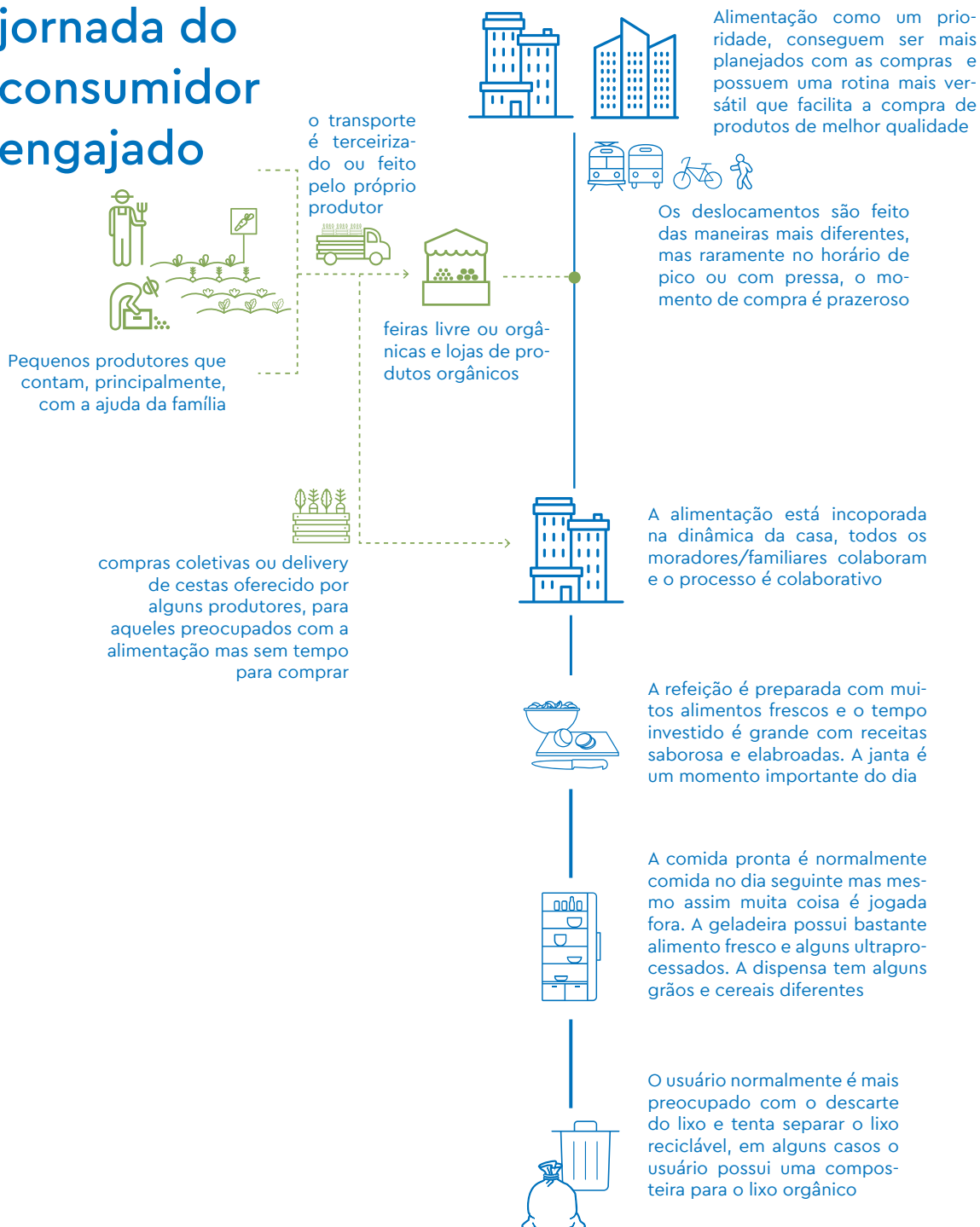
identificação de oportunidades

A partir do estudo apresentado anteriormente, foi possível estabelecer algumas hipóteses em relação ao usuário que estávamos procurando e ao modo como o mesmo consome e se relaciona com a alimentação. Foram encontrados dois perfis extremos de usuários: o usuário engajado e o usuário comum. De modo a comparar estes dois perfis, os esquemas a seguir relatam a rotina e a relação de cada um deles com a alimentação.

jornada do consumidor padrão



jornada do consumidor engajado



Os cenários apresentados mostram uma principal questão: quem está preocupado com alimentação e tem consciência em relação ao consumo, arranja maneiras de criar melhores hábitos e, além disso, já existem inúmeras propostas focadas nesse nicho. Enquanto isso, existem oportunidades voltadas à um perfil não engajado. Este usuário não engajado acaba se contentando com experiências alimentares mais triviais, não dando muita importância para refeições e seus preparos.

Além disso, Muitas das propostas criadas no universo da gastronomia e alimentação são específicas a oferta de alimentos, existindo poucas propostas em relação ao preparo de alimentos, e menos ainda que unam a distribuição e o preparo. Ou seja, aquele que distribui os alimentos raramente está envolvido no modo como o consumidor o prepara.

considerações e direcionamentos de projeto

Durante a fase de pesquisa, algumas constatações foram feitas e aqui expostas como questões a serem consideradas durante o desenvolvimento do projeto. Sendo entendidas como fatores críticos das relações usuário x alimentação.

- O acesso a produtos ultraprocessados é muito mais fácil do que a alimentos in natura;
- Muitos não comem de maneira mais saudável por falta de tempo;
- A abordagem do produto manter o foco em ser saudável nem sempre é um ponto positivo;

Paralelamente, ,como forma de guiar o projeto, foram criadas diretrizes, focando no perfil de usuário não engajado.

diretrizes de projeto

- Mudar o modo como as pessoas consomem;
- Atingir público que ainda não é engajado com a questão;
- Abordagem diferente da do saudável;
- Tornar a experiência da compra e preparo de alimentos algo educativo e conscientizador;
- Fazer com que o consumidor padrão vivencie a experiência alimentar do consumidor engajado ;

encaminhamento de projeto

Tendo como base os direcionamentos gerados, a solução encontrada sugere interferir nas etapas de compra e preparo, otimizando o tempo e agregando novos conceitos e aprendizados. Dessa forma, foi pensado um kit culinário com ingredientes em quantidades exatas para o preparo de determinadas refeições, comercializado em locais de fácil acesso como máquinas de venda em metrô, mercados "express" ou até mesmo na rua, com o apoio de bicicletas, por exemplo. A proposta elimina o tempo gasto tanto no deslocamento até mercados, quanto para pensar no que será preparado e a escolha desses produtos no mercado. O tempo economizado na compra dos produtos é transferido para o preparo da refeição.



Alimentos in natura
ou minimamente
processados



Refeições prontas
em até 1 hora



Estimular a
descoberta de novos
sabores e alimentos
não tão comuns



Instrumentos básicos
de cozinha



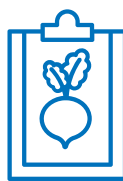
Porções com
quantidades exatas
evitando o desperdício e conscientizando



Embalagens
reutilizáveis visando
a menor produção
de resíduo possível



Compra rápida e
fácil, sem mudanças
no caminho



Passo a passo de
receitas simples e
saborosas



Utilização máxima
dos alimentos

Dois cenários foram traçados para a seleção dos alimentos presentes nos kits:

1. produtos que não foram vendidos nos mercados e feiras (algumas vezes por estarem mais feios, porém bons para consumo) e seriam descartados;
2. produção de agricultura familiar, podendo utilizar aquilo que não venderam em suas feiras;

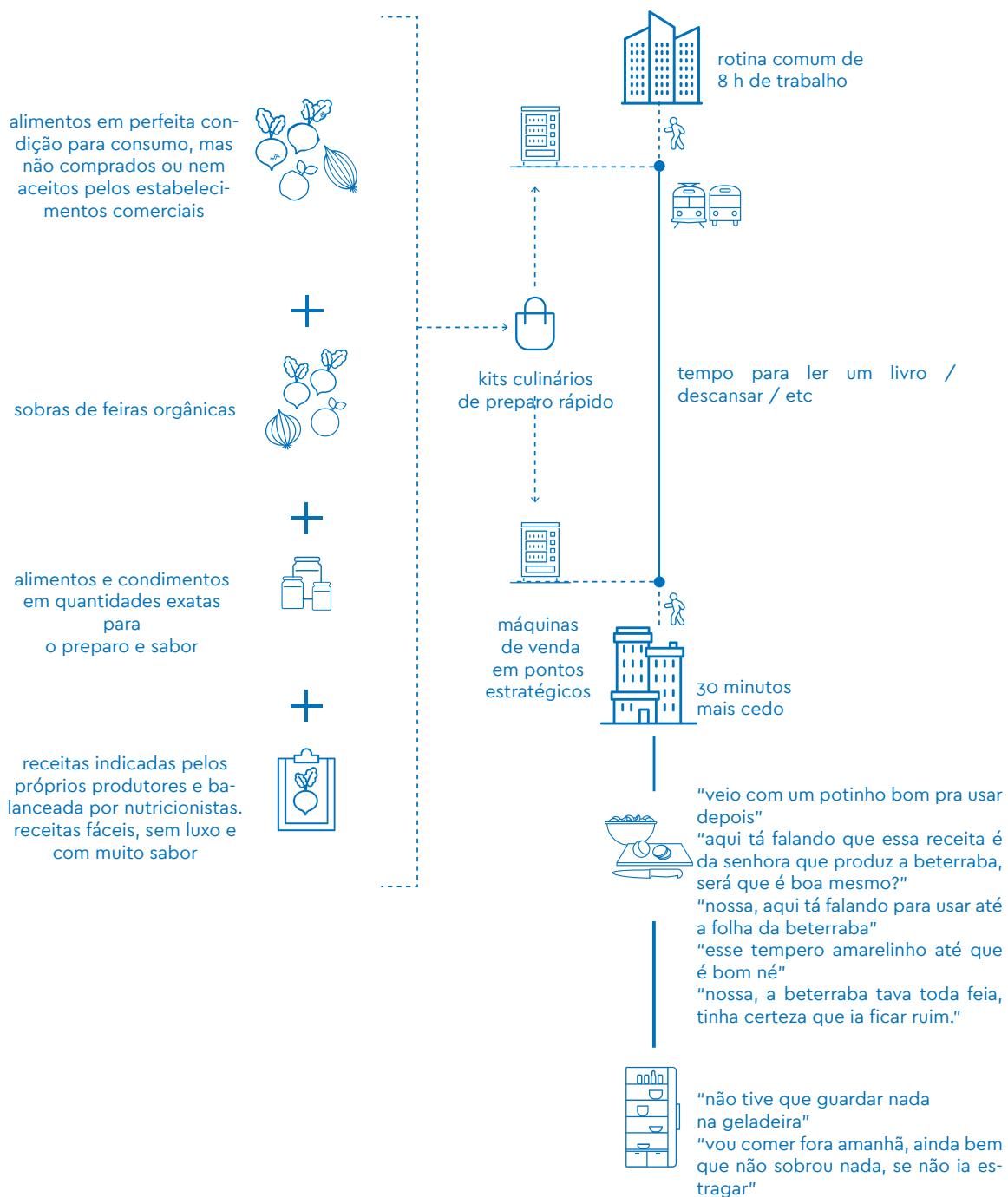
O primeiro caso é interessante por apresentar o conceito de comida "feia" ao colocar a mesma no kit de pessoas que talvez não as comprarão, e dessa forma fazer com que elas sejam usadas e aprovadas, mostrando que mesmo não estando esteticamente agradáveis, não perderam suas condições de uso.

Já o segundo caso, coloca a questão da agricultura familiar em pauta, aproxima produtores de consumidores, facilita o uso de produtos orgânicos nos kits, as receitas podem ser sugeridas pelos próprios produtores. Além disso, a questão da sazonalidade de alimentos fica muito mais clara pela disponibilidade de certos produtos.

De uma maneira geral, o serviço propõem um serviço prático que visa atingir pessoas não engajadas com questões de alimentação e por meio da experiência apresente novas idéias e visões sobre essas questões, como:

o que o serviço pretende proporcionar

- Comida saudável é apenas comida de verdade;
- Legumes, verduras e frutas podem ser muito saborosos se preparados da maneira correta;
- É possível cozinhar algo gostoso em pouco tempo;
- Cozinhar pode ser prazeroso, ainda mais quando for uma atividade compartilhada com outros familiares
- Visualizar alimentos ainda crus e suas quantidades suficientes para porções individuais fará com que nas próximas vezes o desperdício seja menor



canvas do 1º modelo de negócios

parcerias principais	atividades principais	proposta de valor	relacionamento com os clientes	segmentos de clientes
<ul style="list-style-type: none">• pequenos agricultores, feirantes, pequenos mercados e mercados express• nutricionistas• empresas de logística e transporte	<ul style="list-style-type: none">• coleta dos alimentos nos diferentes fornecedores• montagem e distribuição dos kits• relação com os pequenos produtores• concepção e curadoria das receitas <div>recursos principais</div> <ul style="list-style-type: none">• eficiência logística• publicidade e pontos de venda em lugares estratégicos• receitas e produtos	<ul style="list-style-type: none">• comida fácil, rápida, gostosa e saudável• descoberta de novos sabores e ingredientes• melhores práticas culinárias• aprendizado na cozinha• mais tempo em casa e com a família	<ul style="list-style-type: none">• material de apoio e informativo pelo app, site ou redes sociais• vendas em quiosques e delivery*• oficinas e cursos visando práticas alimentares mais saudáveis e conscientes* <div>canal de acesso</div> <ul style="list-style-type: none">• pontos de venda em locais de fácil acesso (máquinas de auto atendimento)• redes sociais, app e site• venda em bicicletas ou quiosques*	<ul style="list-style-type: none">• pequenos agricultores, feirantes, pequenos mercados e mercados express• nutricionistas• transportadoras
estrutura de custos		modelo de receita		
<ul style="list-style-type: none">• logística de coleta, montagem e distribuição• pesquisa de receitas• comunicação (embalagem, PDV, material de apoio)		<ul style="list-style-type: none">• venda de kits• venda de alimentos avulsos e utensílios culinários*• cursos de culinária e práticas alimentares mais saudáveis e conscientes*		

benchmarking do produto

Foi feita uma busca por empresas do mesmo segmento, com o intuito de entender melhor como as mesmas funcionam, o que oferecem e como se colocam no mercado. A maioria delas é dos Estados Unidos e Inglaterra e oferecem kits culinários de preparo rápido. No Brasil também existem algumas, ainda em menor escala. Observando as principais empresas do segmento foi possível perceber algumas constantes e identificar aspectos que não condizem com a idéia do segmento aqui proposto.

O atributo principal da maioria destes kits é praticidade, mas o público alvo são pessoas já envolvidas no mundo da alimentação, que já conhecem a importância de cozinhar, mas não possuem tempo suficiente para tal. Nesse caso, são feitas assinaturas mensais ou semanais e a distribuição é feita por delivery. Além disso, a maioria gera muito resíduos com suas embalagens, que mesmo sendo recicláveis, não necessariamente são separadas do lixo orgânico na hora do descarte. As receitas são apresentadas em folhetos com fotos ou textos mostrando o passo a passo e costumam durar de 30 minutos a 1 hora para ficarem prontas. Os kits possuem diferentes apelos, algumas ressaltam a origem local e orgânica, outras apostam em dietas específicas, outras em pratos mais refinados.

Buscas na internet mostram bastante críticas a tais serviços, principalmente pela quantidade de lixo gerado. Além disso, pensando em um usuário não engajado, um sistema de assinaturas e entrega por delivery não parece ser a melhor solução, uma vez que tal consumidor não se planeja a longo prazo e costumar tomar decisões de imediato.



Figura 1 – Kit oferecido pela Mindful Chef



Figura 2 – Kit oferecido pela Sun Basket



Figura 3 – Kit oferecido pela Blue Apron, maior empresa do segmento

benchmarking embalagem

Apesar do foco do kit ser em alimentação, conceitualmente não faz sentido defender hábitos mais sustentáveis nessa área e não se preocupar com estes hábitos em outras âmbitos. Ou seja, o kit não deve se preocupar apenas com a origem e preparo do produtos, mas também com todos os aspectos de seu serviço e seu posicionamento no mercado.

A concepção da embalagem deste kit é parte fundamental do projeto. Considerando os aspectos de distribuição e transporte do serviço e as observações feitas a partir dos kits já existentes, alguns requisitos foram criados.

diretrizes de embalagem

- Gerar o menos lixo possível ou ser reutilizável.
- Ser carregável e confortável
- Se adaptar aos diferentes tamanhos e tipos de ingredientes presentes nos kits.
- Não ser muito pesada
- Mostrar tempo de preparo, utensílios de cozinha que vai utilizar, prato e ingredientes

Sendo assim, realizou-se uma breve pesquisa em relação a embalagens alternativas ou modo de transporte de alimentos, gerando possíveis alternativas para o projeto. A alternativa com maior potencial identificado foi o furoshiki, uma técnica japonesa usada para embalar e transportar diferentes objetos com um pano e nós, se adaptando a diferentes formas e tamanhos.



etapa 2

Um modelo preliminar do serviço foi apresentado no mês de junho, seguido de um feedback com inúmeras contribuições positivas e um principal questionamento: para quem aquele serviço estava sendo desenvolvido?

A segunda etapa do trabalho se desenvolveu de modo a detalhar essa persona e criar um serviço baseado no seu perfil. E a partir disso, o foco foi no desenvolvimento deste produto oferecido pelo serviço e a resolução de algumas interações importantes a experiência do serviço.

usuário

Mesmo que já existisse um público, este era amplo demais, pessoas que trabalhassem o dia todo, sem tempo ou engajamento para se preocupar com alimentação. Porém, tal característica não é específica de nenhum nicho, tornando o serviço vago e sem propósito. Com o intuito de definir tal persona, alguns perfis identificados ao longo das pesquisas foram selecionados e revisados, considerando os benefícios, necessidades e dificuldades de se criar um serviço para tais.

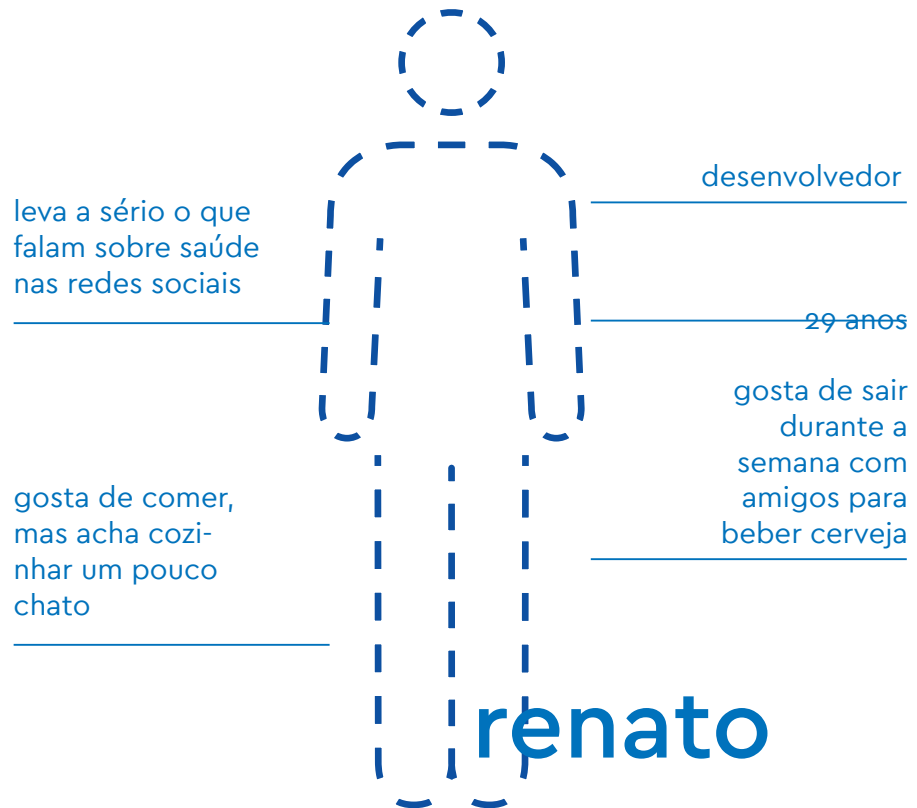
Os pais com filhos pequenos, que trabalham o dia todo e não querem perder os novos hábitos alimentares que construíram com o nascimento de seus filhos; jovens morando sozinhos e que não sabem cozinhar; casais recém casados, trabalham o dia todo, mas gostariam de comer bem ao chegar em casa.

Todos os perfis trariam inúmeras possibilidades de desdobramentos do serviço, abordando aspectos interessantes a serem trabalhados, mas o perfil do Renato*, jovem que mora sozinho se destacou por inúmeros motivos.

A possibilidade de incentivar um homem a cozinhar por si só já interessante e desafiadora, considerando o contexto de um país como o Brasil, onde grande parte do trabalho doméstico continua sendo atribuído às mulheres. Mas além disso, o perfil do Renato tem potencial uma vez que este não tem tempo para cozinhar, e se tivesse, provavelmente comeria o mesmo prato de sempre: omelete ou macarrão com molho pronto. Ele nunca se interessou muita pela cozinha, uma vez que sua mãe, típica mãe brasileira, sempre garantiu que tivesse algo pronto na geladeira ou na despensa e seu pai raramente ajudava nessas tarefas. A falta de tempo justifica os pratos prontos congelados no freezer e a ausência de frutas e legumes na geladeira. Mas a verdade é que, além disso, as poucas vezes que ele se arriscou na cozinha, o processo de comprar os alimentos, prepará-los e temperá-los de maneira certa, foram custosos e o resultado

da comida deixou a desejar, endossando o argumento de falta de habilidades e gostos culinários.

Desenvolver uma maneira de incentivar homens como o Renato a cozinhar e espontaneamente expor conceitos ligados a alimentação é uma oportunidade de gerar mudanças positivas na sociedade. O estímulo a comprar de menores produtores, a conscientização sobre restos e frutas fora do padrão e o ensino básico de práticas alimentares geram mudanças importantes a curto prazo, diminui impactos ambientais e empodera pequenos produtores. A longo prazo, o incentivo a tais práticas podem atingir até mesmo aspectos culturais, fazendo com que homens sejam mais participativos e colaborativos na cozinha, estimulando gerações futuras e tornando as tarefas domésticas mais igualitárias.



modelo do serviço

O modelo de serviço apresentado anteriormente foi refinado com base na persona definida, adequando o serviço e definindo algumas lacunas que foram encontradas no modelo anterior. Além disso, foi definido que seria criado um modelo em escala local que pudesse ser replicado em diferentes regiões. Os esquemas apresentados a seguir mostram as possíveis soluções para os aspectos logísticos para a montagem dos kits e a jornada do usuário e sua interação com o kit.

Considerando a existência de serviços semelhantes e entendendo aquilo que já é eficaz nos mesmos, foi definido que as questões específicas deste serviço e importantes ao conceito do projeto receberiam maior foco nessa fase.

Nos esquemas a seguir, estão representadas as possíveis soluções para os aspectos logísticos para montagem dos kits. O segundo esquema oferece uma solução de parceria com mercados.

central de triagem (ou van de triagem)	alimentos não vendidos em feiras livres e orgânicas (xêpa)	central de triagem (ou van de triagem)	distribuição dos kits pela região
8h-13h	13h -14h	14h -15h	15h -16h
<ul style="list-style-type: none"> • feirantes parceiros comunicam os ingredientes recebidos em maiores quantidades • as receitas do dia são decididas com base nesses dados • as embalagens, rótulos e etiquetas são separados e preparados • os grãos e alimentos processados são embalados 	<ul style="list-style-type: none"> • o kit é pensado de acordo com a sazonalidade, evitando a indisponibilidade de alimentos • alimentos já separados pelos feirantes parceiros 	<ul style="list-style-type: none"> • fixação das etiquetas • separação dos kits • atualização do site com número de kits do dia e cardápio 	<ul style="list-style-type: none"> • retirada dos kits não vendidos do dia anterior

utilizar guias de manipulação de alimentos do programa Mesa Brasil Sesc

modelos semelhantes de abastecimento de produtos perecíveis em máquinas de auto atendimento (ramo urbano)

possíveis soluções para os aspectos logísticos para a montagem dos kits

cenário 1

mercado

- funcionários do mercado separaram alimentos que não foram vendidos e estão maduros
- alimentos próximo a validade também são separados
- as receitas são previamente elaboradas e decididas conforme a disponibilidade de produtos

utilizar guias de manipulação de alimentos do programa Mesa Brasil Sesc

mercado

- os kits são montados no próprio mercado

distribuição dos kits pela região

- os kits são distribuídos por máquinas de venda da região e alguns ficam a venda no próprio supermercado, otimizando o tempo de compra

possíveis soluções para os aspectos logísticos para a montagem dos kits

cenário 2

jornada do usuário

Entendendo os desafios da implementação de um sistema como o deste serviços, três cenários foram previstos, propondo uma entrada gradual no mercado. A partir daqui, o projeto focou no desenvolvimento da 1ª fase do serviço.

momento		curiosidade	questionamento	tomada de decisão
atividades		entrando na academia	durantes os exercícios	indo embora da academia
	usuário – pensa	a máquina de venda chama a atenção – olha de longe	ao pensar no jantar fica com preguiça de ir ao mercado ou pensar em como resolver isso	
	usuário – age			vai até a máquina entender melhor o que ela oferece
	interface	na porta da máquina de venda está escrito: "o que você vai jantar hoje?"		o display mostra as refeições disponíveis, tempo de preparo
	suporte	a máquina foi abastecida entre 15 e 16h com alimentos frescos		

compra	uso	satisfação
indo embora da academia	chegando em casa	durante a refeição
decide experimentar já que parece fácil	um pouco desconfiado acha que vai ser mais difícil do que imaginou	se sente orgulhoso vendo que cozinhou algo gostoso e nao teve muito trabalho
escolhe a refeição que quer e faz o pagaemnto pelo display	abre o kit um pouco desconfiado o preparo rola intuitivamente	posta uma foto no instragram mostrando que fez sozinho
a compra é rápida		
o sistema atualiza a quantidade de kits disponíveis		

implementação do serviço

Entendendo os desafios da implementação de um sistema como o deste serviços, três cenários foram previstos, propondo uma entrada gradual no mercado. A partir daqui, o projeto focou no desenvolvimento da 1ª fase do serviço.

1ª fase

origem do alimento	<ul style="list-style-type: none">• Feiras de orgânico• Zona cerealista e/ou parceria com produtores de grãos
público	Jovens em busca de praticidade com ou sem habilidades culinárias
tipo de kit	<ul style="list-style-type: none">• individual• nível de habilidade:básico• alimentos mais convencionais• focado no jantar
ponto de venda	máquinas de auto atendimento em locais privados de bastante rotatividade (academias e prédios corporativos)
dietas	vegetariana
suporte e mais serviços	material de ajuda online

2ª fase

- Feiras livres e de orgânicos
- Quitandas pequenas
- Zona cerealista e/ou parceria com produtores de grãos
- Alimentos perto do vencimento

+ casais recém casados

- individual ou para 2
- nível de habilidade:básico
- alimentos menos comuns

+ pedidos online em áreas definidas

opção com proteína animal

cursos online com incentivo a práticas ligadas a alimentação (horta, compostagem)

3ª fase

- Feiras livres e de orgânicos
- Quitandas, Hortifrutis e mercados
- Zona cerealista e/ou parceria com produtores de grãos
- Alimentos perto do vencimento

+ mãe com filhos pequenos

- individual, para 2 ou para 4
- nível de habilidade:básico e intermediário
- kits de snacks, vitaminas, café da manhã

mais parceiras de local para máquina e aumento da área para entrega por delivery

vendas de utensílios de cozinha
planos de assinatura

"não tem comida para jantar, não quero ir ao mercado"

abre o site da mistura , faz login e vê o menu do dia e os locais próximos para retirada

reserva o seu kit e o local de retirada e recebe um código de retirada

indo para casa retira seu kit na máquina mais acessível utilizando seu código de retirada

ponto de venda

A experiência da compra é outro fator importante no serviço proposto. Nosso usuário não pode perder muito tempo no momento da compra e deve entender o que está comprando, além disso, os pontos de venda devem chamar atenção para atrair potenciais compradores. Como definido anteriormente, as máquinas de auto atendimento foram a solução encontrada para a fase de implementação deste serviço, localizadas em locais com rotatividade de pessoas e conveniência, como academias, metrô e prédios corporativos. Essas máquinas devem atender algumas especificações para oferecer o produto da melhor maneira, garantir a clareza do que está sendo comprado e armazenamento adequado aos alimentos.

Especificações: ser refrigerado, marcar itens reservados, movimentar kits com delicadeza, integrada ao aplicativo e/ou site, mostrar o que está sendo oferecido dentro do kit.

O esquema ao lado apresenta uma breve situação possibilitando um sistema de reservas de kits.

site

Como um modo de apoio aos preparos e nas vendas, inicialmente foi pensado em um aplicativo, mas considerando que um aplicativo já pressupõe um nível de engajamento maior, a solução foi um site mobile first, ou seja, um site com o layout pensado principalmente para dispositivos móveis.

Tal site teria dois serviços, o de venda e o de auxílio pós compra. O de venda seria para mostrar os menus do dia, onde encontrar os kits e quantidades de kits disponíveis. Além disso, teria a possibilidade de comprar e reservar o seu kit pelo site, até chegar no ponto de retirada. O outro serviço do site seria um material de apoio aos preparos dos kits, com conteúdo mais aprofundado, com glossários e vídeos.

A longo prazo, na 3ª fase de implementação do serviço, o site poderia ter uma loja, com utensílios de cozinha e assinaturas de kits.

orientando os preparos

O percurso todo, desde a triagem de alimentos até o saborear do prato fazem parte da experiência proporcionada pelo serviço, mas um dos aspectos que mereciam mais ênfase e cuidado era como guiar o preparo das refeições de um jeito fácil e efetivo. Desse modo, sua concepção foi determinante para a definição de questões formais, visuais, conceituais e práticas e foi estabelecida como ponto de partida.

O primeiro passo foi observar o modo como as receitas costumam ser apresentadas e guiadas, tanto em livros quanto em blogs ou vídeos. E também nos kits gastronômicos. Apesar de livros de receitas e programas culinários já terem seu espaço consolidado, a internet reúne hoje um acervo imensurável de receitas, seja em blogs, Youtube, Instagram, e outros mais, criando novos formatos e linguagens de apresentação e servindo ainda mais como incentivo para cozinhar. As receitas foram analisadas principalmente pelo fator praticidade e intuitividade e alguns pontos foram levantados em relação às receitas.

receitas em texto

- Muito longas, explicando detalhadamente os processos e, no caso de blogs, misturada a informações pessoais do autor;
- Ou, muito curtas, gerando algumas dúvidas e considerando que o usuário já possui conhecimentos básicos de culinária.
- Os ingredientes e suas quantidades costumam ficar separados do resto das instruções, fazendo com que a cada passo retome a lista para checar quantidades.
- Na presença de processos diferentes dentro da mesma receita, existe uma dificuldade em fazer com que estes andem paralelamente, ou seja, muitas vezes chega na hora de usar determinado ingrediente e este ainda nem foi lavado ou cortado.

vídeos de culinária

Tendem a ser mais práticos, transmitindo simultaneamente todas as informações de cada processo. Além disso, os vídeos costumam ser mais didáticos aos livros de receitas e blogs, sendo possível demonstrar processos de maneira mais completa. Porém, a maioria dos vídeos costuma ser longo, e para isso é necessário dedicar um certo tempo para assisti-lo e então reproduzi-lo, caso contrário você não sabe todos os ingredientes e utensílios que irá usar durante o processo. Mesmo que cozinhando simultaneamente ao vídeo, é necessário pausar, voltar e avançar, não sendo muito prático, além da inconveniência de cozinhar ao mesmo tempo que se manuseia um dispositivo como um computador ou celular. Nos casos de vídeos de curta duração, faltam alguns detalhes, sendo necessário maior intimidade com a culinária, de modo a tomar decisões.

Ou seja, chegamos em uma situação que quem gosta e sabe cozinhar consegue entender vídeos rápidos e receitas curtas, já quem não cozinha, no momento em que decide cozinhar, precisa investir ainda mais tempo neste processo, sendo um de seus motivos a falta de tempo, criando ainda mais barreiras com a cozinha.

A partir de tais observações, foi possível refinar os requisitos para a criação deste novo modo de ensinar as receitas.

diretrizes para orientar o preparo

- Permitir manuseio durante o preparo;
- Ensinar processos que facilitem o preparo e não que o tornem mais complexo;
- Deixar claro e categorizado o que deve ser feito com cada alimento;
- Otimizar/agrupar o processo e o uso de utensílios;
- Criar um sistema fácil de ser reproduzido em outras receitas;
- Gerar a menor quantidade de lixo possível, sem deixar de atender as necessidades do produto;

Ao começar a criar propostas de projeto, ainda não existia uma documentação clara das receitas que seriam oferecidas, dificultando a geração de alternativas. Além disso, para validar algumas propostas, surgiu a necessidade de testar com mais de uma receita. Algumas das soluções encontradas não funcionavam em qualquer receita, mostrando a importância de encontrar e criar padrões, tornando possível criar um sistema expansível.

Desse modo, seguindo algumas diretrizes e com a orientação da nutricionista Manuela Capezzuto, foi criado o conjunto de receitas para a primeira fase de implantação do serviço.

diretrizes para elaboração do cardápio

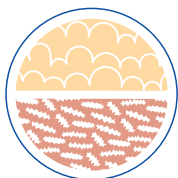
- Porções individuais;
- prontas em até uma hora;
- Utilizar no máximo 2 panelas, 1 é ideal;
- Preferência pelas receitas que não necessitam de forno;
- Utilizar apenas utensílios básicos de cozinha, como colher de pau, faca, panela;

Requisitos exclusivos da 1ª fase de implantação

- evitar o uso de carnes – principalmente por uma questão de armazenamento neste primeiro momento, mas também para desmitificar o fato de comida sem proteína vegetal ser ruim ou pobre em nutrientes

A partir das diretrizes criou-se um cardápio com quinze receitas potenciais, focando e desenvolvendo apenas seis destas. Cada receita e seus processos foram destrinchados, identificando as principais ações em cada uma. Sete ações foram recorrentes em todas as receitas: **Picar/cortar, refogar, lavar/limpar, cozinhar, assar, montar e finalizar**, todas estas são conhecimentos essenciais na cozinha e foram considerados os principais passos a serem ensinados. As receitas com mais procedimentos que os citados anteriormente, provavelmente são complexas para serem ensinadas e executadas a partir do kit. As receitas escolhidas tentaram abordar diferentes sabores e ingredientes.

receitas escolhidas



Macarrão com abobrinha e tomates

Ingredientes:

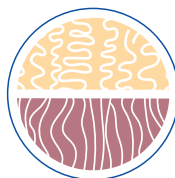
150g Macarrão / 1 abobrinha / 1 tomate / 2 dentes de alho / 4 azeitonas pretas / queijo / azeite

utensílios:



processos:

refogar
cozinhar
picar



polenta com ragú de cogumelos

Ingredientes:

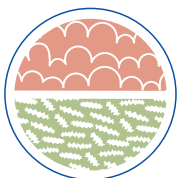
100g de polenta / 1 colher manteiga/ queijo parmesão / 100g shimeji e cogumelo paris / 1 dente alho / 1 cebola pequena / 50ml vinho / 100ml creme de leite / alecrim

utensílios:



processos:

refogar
cozinhar
picar



cogumelo xadrez

Ingredientes:

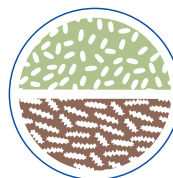
100g cogumelos / 2 dentes de alho/ 1 pimentão pequeno/ gengibre / 1 cebola pequena/ pitada de açúcar/ shoyu / maizena / amendoim / óleo de gergelim

utensílios:



processos:

refogar
picar



arroz sírio

Ingredientes:

arroz / lentilha / 1 cebola / 1 alho / azeite / pimenta síria / açúcar / sal / amendoas

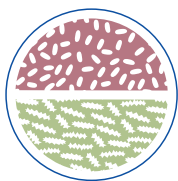
utensílios:



processos:

refogar
cozinhar
picar

receitas escolhidas



salada de quinoa
com vegetais

Ingredientes:

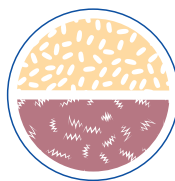
150g de quinoa / cenoura / batata-doce / pimentão / tomate / abobrinha / queijo de cabra / tomilho / alecrim / azeite

utensílios:



processos:

picar
cozinhar



wok de legumes com
cuscus marroquino

Ingredientes:

100g de cuscuz / 1 dente alho / 1 cebola pequena / pimentão / vagem / brócolis / cenoura / azeite / curry / amendoas

utensílios:



processos:

refogar
cozinhar
picar



escondidinho de mandioquinha
com escarola

Ingredientes:

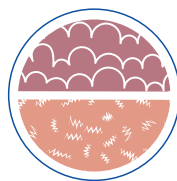
3 mandioquinhas/ 1/2 maço de
escarola/ 1 tomate/ 1 cebola pi-
cada/ 1 alho/manteiga / parme-
são / pimenta do reino/noz mos-
cada

utensílios:



processos:

refogar
picar
cozinhar
assar



quinoa com legumes ao forno
com páprica

Ingredientes:

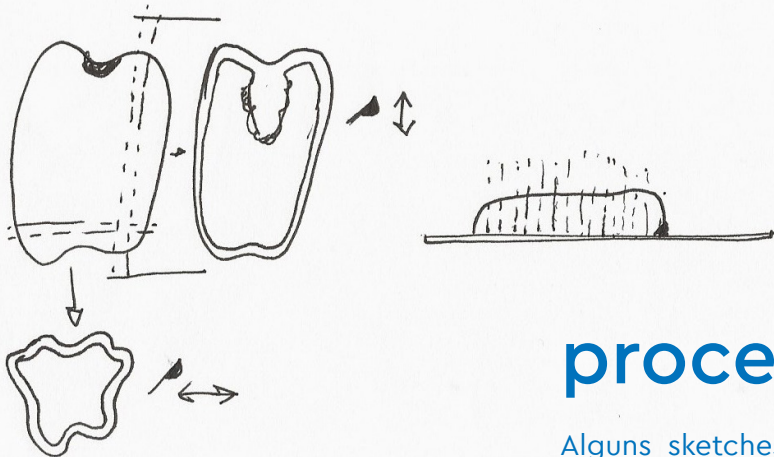
abóbora cabotiã / repolho roxo/
tomate/quinoa

utensílios:



processos:

picar
assar
cozinhar



processo criativo

Alguns sketches começaram a ser feitos tendo como referências receitas ilustradas e suas linguagens. O intuito era colocar o máximo de informações apenas por desenhos, evitando o uso da escrita. Mas percebeu-se que dessa maneira muitas informações importantes ficavam de fora ou não eram tão simples de serem representadas.

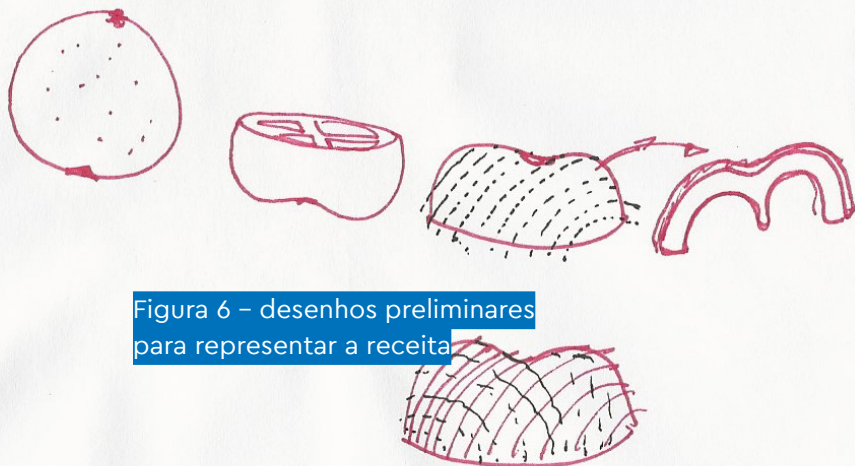
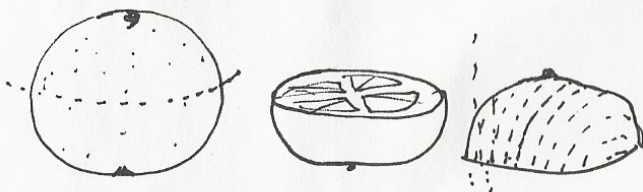
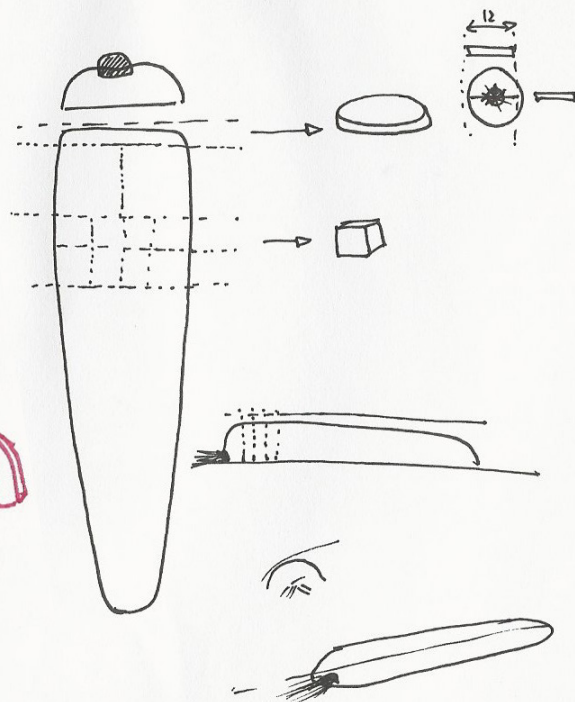
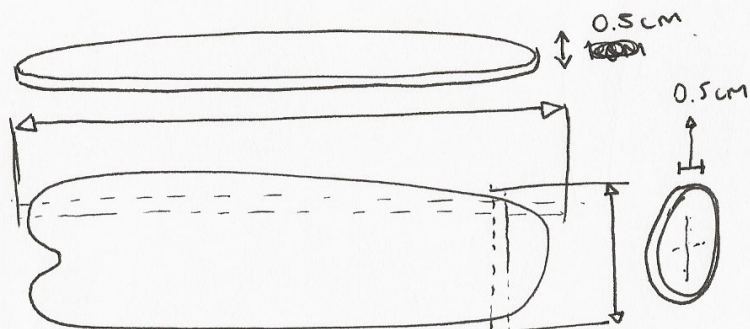
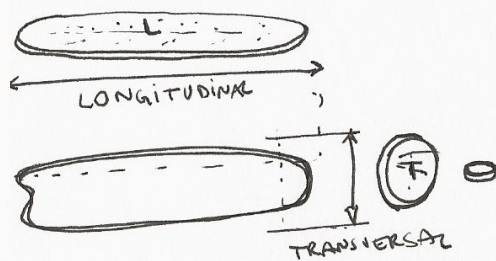
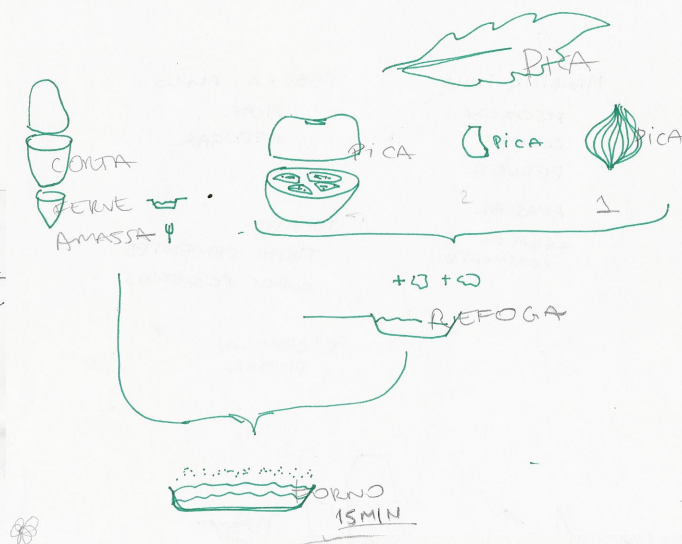
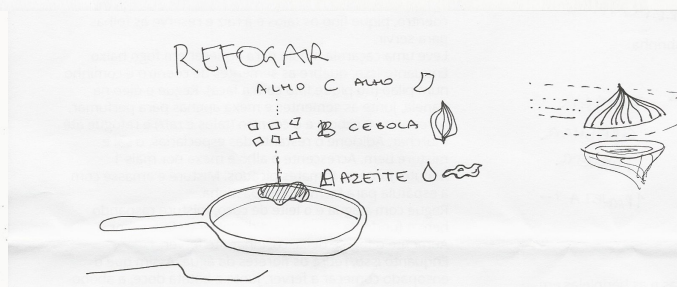
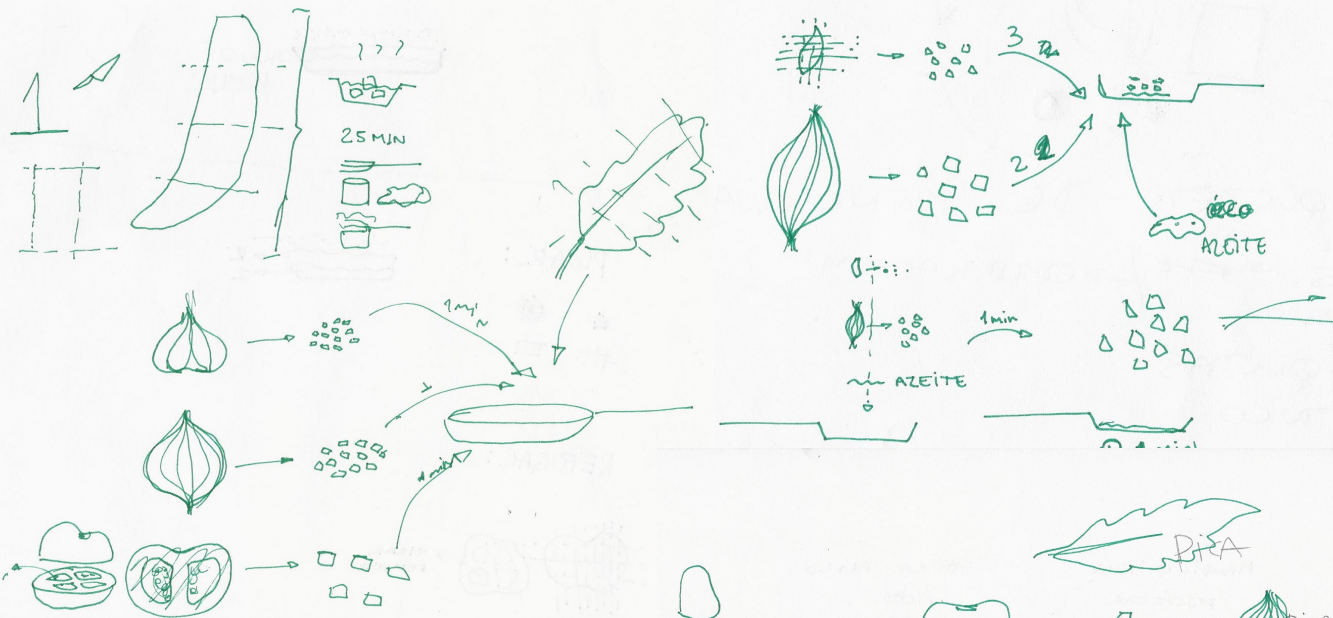
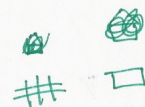


Figura 6 – desenhos preliminares para representar a receita

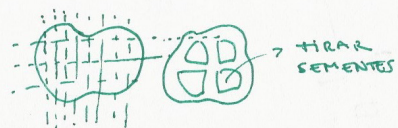




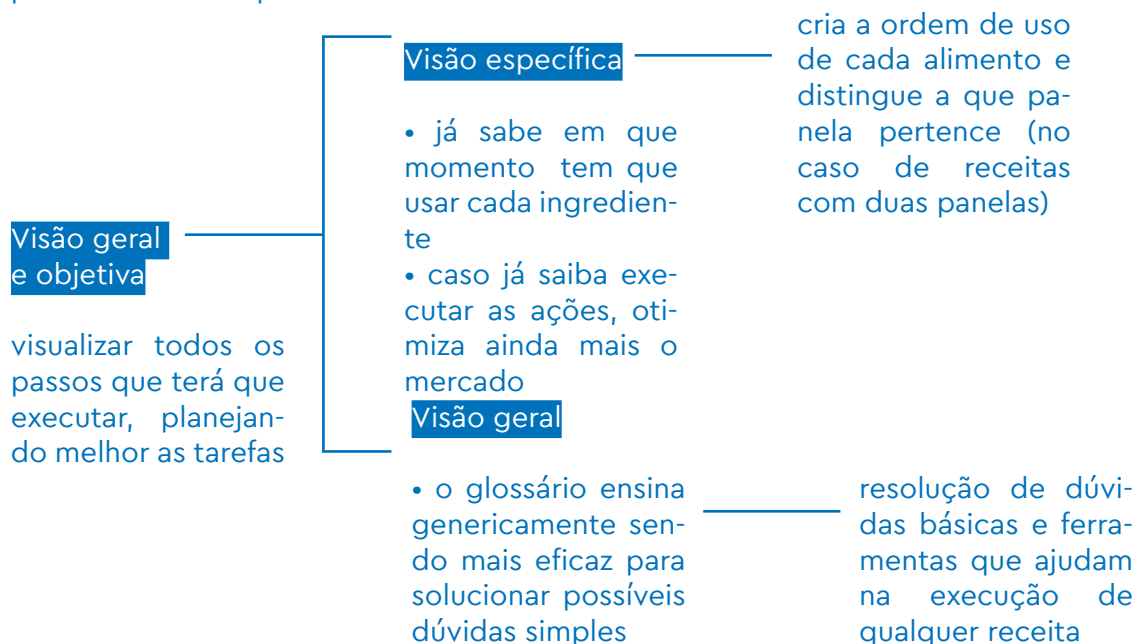
PICAR:



REFOGAR:



Ao perceber que nem todas particularidades de cada preparo seriam abordadas pelas ações, era necessário um modo de separar os procedimentos gerais dos específicos. Criar meios de ter uma visão mais ampla da receita e depois fazer um recorte em casa processo passou a ser mais plausível.



Com tal conceito definido, foram elaborados alguns rascunhos com o intuito de entender o que de fato precisava ser ensinado e como representar isso. Com o desafio de gerar a menor quantidade de lixo possível, e já tendo a estrutura definida desde a primeira etapa do processo, a sacola/pano foi definida como suporte para tais ensinamentos mais gerais da receita, tornando ainda mais interessante de ser reutilizada como um pano de copa.

Como forma de cortar etapas existentes na maioria das receitas, entendeu-se como importante ter informações fixadas aos próprios alimentos, seguindo a lógica de vídeos de culinária que conseguem criar diferentes camadas de informação. Ou seja, não é necessário voltar a atenção ao começo da receita, ou a outra parte do vídeo. A informação do que deve ser feito e quando deve ser feito está anexada ao alimento.

Ainda assim, algumas dicas e procedimentos fazem muito mais sentido se lidas do que representadas graficamente, criando então a necessidade de mais uma camada de informação. Com dicas específicas aa cada ingrediente sendo escrita nas etiquetas.

A questão de separar processos diferentes dentro da mesma receita foi resolvida por meio de cores e texturas. Ou seja, no caso de mais de uma panela na receita temos o passo a passo da panela A e o passo a passo da panela B, estes são diferenciados por cores e texturas.

As ações a serem feitas com cada alimento, começaram a ser testadas a mão e logo passaram a ser feitas digitalmente.

Figura 7 – primeiros testes digitais de ilustração e identidade

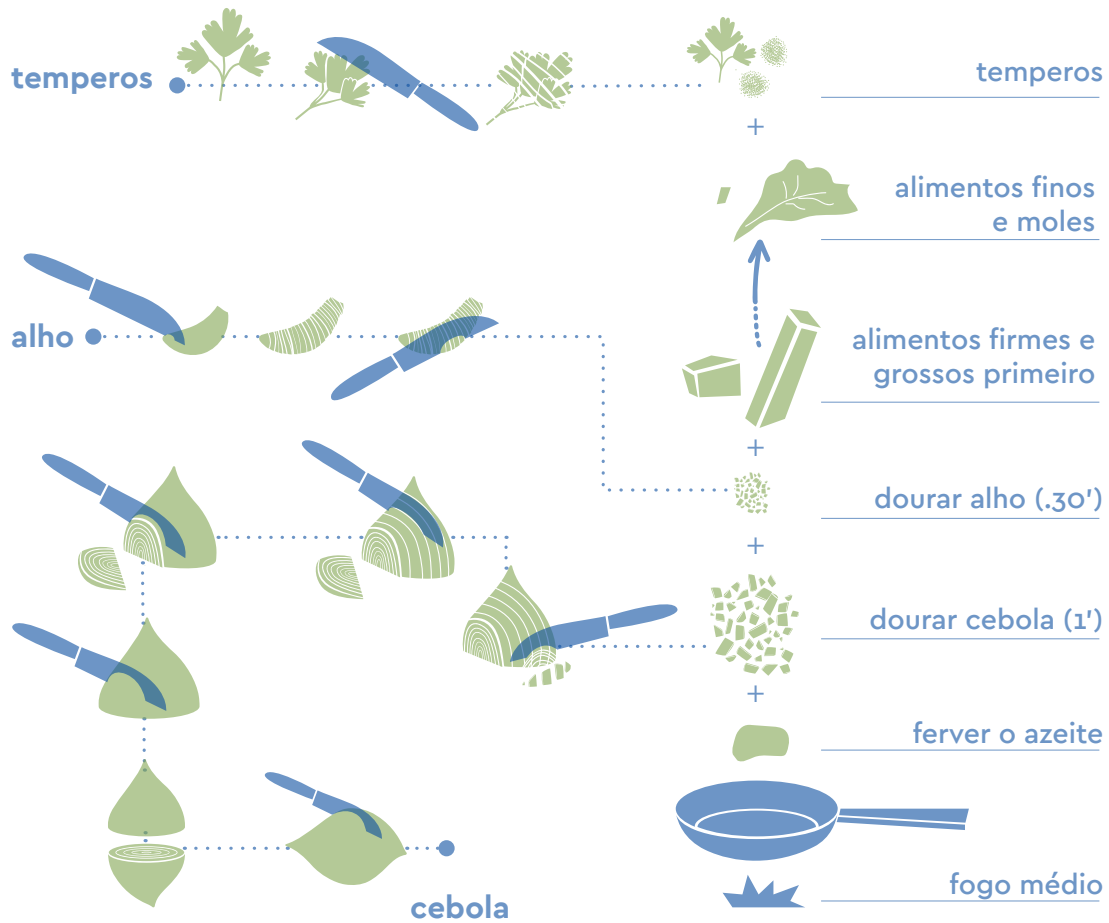


Resumir como manipular diferentes alimentos não foi simples, isso porque existem muitas possibilidades de cortes e diferentes formas de alimentos, e alguns partidos tiveram de ser tomados. Nesse caso a solução arranjada foi a de agrupar alimentos de formato parecido, e criar diferentes módulos de ilustrações. A idéia é a de compor o pano conforme a receita, utilizando os módulos que correspondem aos processos mais complexos da receita em questão. Por exemplo, na receita de polenta com ragú, é mais importante saber refogar, picar e limpar os cogumelos, enquanto na receita de wok de vegetais é necessário saber diferentes tipo de corte. As ilustrações desenvolvidas definem uma linguagem de traço e de composição do pano, no caso os módulos desenvolvido foram os de "picar" , "refogar" e "limpar cogumelos", sendo os principais saberes para preparar a polenta com ragú. Além disso, um glossário de saberes básicos será fixo em todos os panos, auxiliando as dúvidas de preparo.

Após muitas tentativas de ilustrações digitais, posicionamentos e reposicionamentos, as ilustrações tomaram forma.

Figura 8 – ilustrações finais – Refogar

refogar_

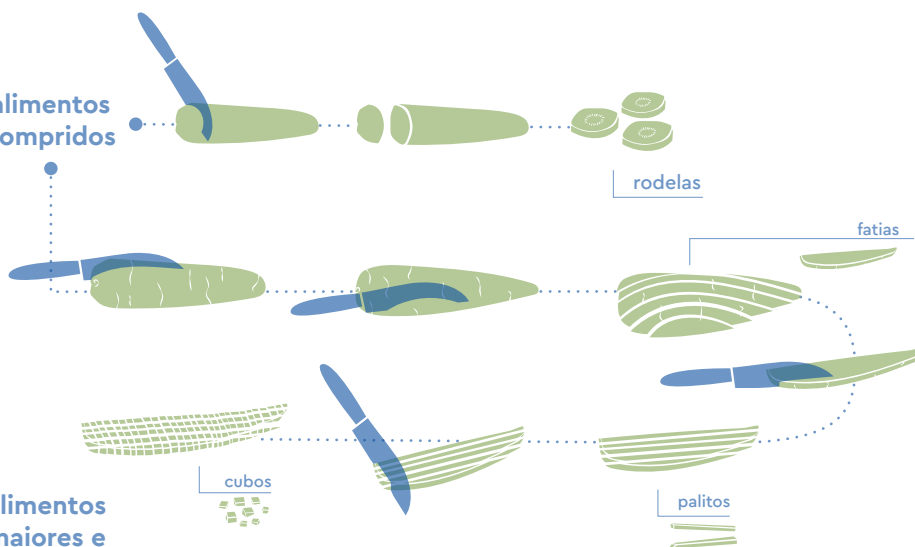


picar_

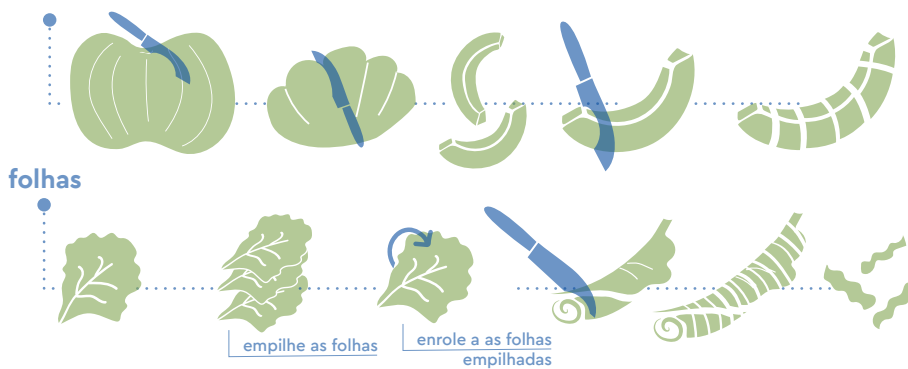
alimentos arredondados



alimentos compridos



alimentos maiores e duros



cogumelos_

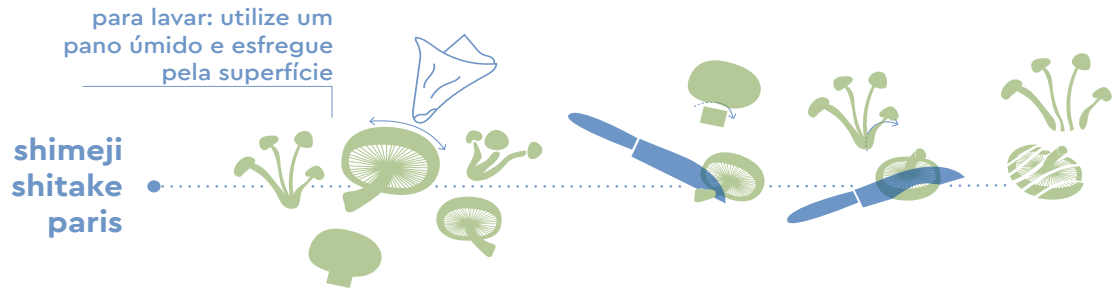


Figura 9 – ilustrações finais – Picar

Figura 10 – ilustrações finais – Cogumelos

experimentações _ métodos de impressões e tintas naturais

Após tais decisões conceituais e formais, se deu início a uma fase mais experimental do projeto, explorando opções alternativas de impressão e de pigmentação natural, criando um paralelo ainda maior com o alimento, aquilo que ele pode fornecer e a menor geração de impactos. Foram testadas diferentes receitas de tintas caseiras feitas a partir de alimentos e temperos.

A maioria das técnicas encontradas de referência funcionavam apenas pra tingimento e não pra a estamparia, dessa forma as receitas encontradas na internet foram adaptadas.

Os primeiros testes foram feitos com alcool, beterraba, espinafre e farinha. Foram feitos também carimbos de diferentes materiais para testar a o método de impressão – sabão de coco, borraca escolar, placa de linóleo e E.V.A.

Beterraba batida com álcool

Espinafre batido com álcool

Açafrão com álcool

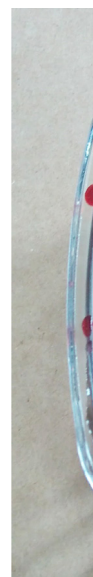
Beterraba batida com álcool e farinha de trigo

Considerações:

Todas as tintas só com álcool ficaram muito líquida, trazendo um resultado com muitas falhas.

A mistura com espinafre, ao contrário do esperado ficou com a cor muito fraca.

A mistura com melhor resultado foi a de beterraba com farinha de trigo – com uma aspecto mais cremoso, trouxe melhores resultados com o carimbo





figuras: 11.tinta de beterraba com álcool; 12.carimbos de betteraba; 13. tintas do teste 1;

experimentações _ métodos de impressões e tintas naturais



14

figuras 14. testes com açafrão; figura 15. teste com serigrafia e açafrão; figuras 16. preparo do repolho para tinta; figuras 17. preparo da tinta de canela; figuras 18. resultado do pano estampado; figura 19. pano estampado já seco;

Açafrão com álcool 70%
Páprica com álcool 70%

Considerações:

O resultado obtido foi melhor que da primeira vez, mas a espessura da tinta não representava os detalhes do carimbo;

Açafrão com álcool 70% e cola branca

Considerações:

O teste foi feito com uma tela de serigrafia antiga, a tinta ficou muito clara na impressão, mas todos os detalhes da tela saíram no tecido;



15



no fogão:
 repolho roxo com vinagre cozidos
 repolho roxo com limão cozidos
 repolho roxo com polvilho azedo e vinagre
 todas as variações do repolho com bicarbonato de sódio
 álcool com canela e limão cozidos

Considerações:

O polvilho azedo fez com que a mistura ficasse mais gelatinosa e pegajosa, sendo difícil de aplicá-la;

O bicarbonato de sódio misturado ao repolho, criou tons de azul e verde;

A mistura canela ficou muito líquida, mesmo depois de muito tempo no forno;

depois de seco o pano ficou meio engomado, mas com cores interessantes. Ao ser lavado a maioria das cores desbotou.



experimentações _ métodos de impressões e tintas naturais

os últimos testes foram feitos com a tela de serigrafia disponível e melhores resultados foram obtidos:

café com vinagre
canela com cola branca;
çaçafrão com cola branca;
chá de hibisco com cola branca;
café com cola branca;
páprica com cola branca;

Considerações:

Os melhores resultados foram
sem dúvida as misturas com cola branca,
mesmo depois de lavado as cores
continuaram e os detalhes não se perderam.
O café com vinagre não atendeu as expectativas.

Considerações gerais:

Apesar de grande engajamento nessa fase do projeto, em um certo momento, foi necessário abrir mão desta decisão. A dificuldade de convencer o Renato, a nossa persona, a cozinhar, já é suficiente e não poder contar com as cores como atrativo na identidade era arriscado. Além disso, as tintas naturais têm maior instabilidade e imprevisibilidade, sendo complicado o seu uso em um nicho de mercado que não teria um olhar para essa questão. De qualquer modo, o maior problema era a qualidade da fixação, sem garantia de durabilidade das ilustrações no pano.

figuras: 20. tecido estampado com
canela e café; 21. testes das tintas a
base de cola branca após lavagem



embalagem

Enquanto as ilustrações eram criadas e testadas, a questão da embalagem foi retomada. Apesar do pano ter sido definido anteriormente, era necessário entender qual o tipo de pano seria esse e suas especificações técnicas. Além disso, nesse momento foi definido também como os elementos que necessitam embalagens individuais seriam embalados e como as etiquetas de passo a passo seriam fixadas aos alimentos.

Uma vez que existe variedade entre tamanhos dos alimentos e dimensões dos kits, o intuito era usar sempre o mesmo pano, com diferentes amarrações. Diversos tecidos e amarrações foram testados, de modo a definir qual seria o tecido mais indicado para atender aos requisitos da embalagem. Tecidos muito grossos ao serem amarrados geravam bolsas muito pequenas e tecido muito finos não pareciam aguentar o peso dos alimentos. Por ser um pano de prato, o intuito era encontrar um que atendesse às exigências. O pano escolhido foi encontrado no brás, em uma loja de sacaria. Pano de algodão cru, da marca itatex, de 90x80cm. A estampa será feita em serigrafia, com duas cores.



Por termos a maioria dos ingredientes in natura, o ideal seria que todos os ingredientes fossem colocados direto na sacola, sem a necessidade de outras embalagens. No entanto, para as receitas com grãos ou líquidos a solução encontrada foi a de usar pequenos potes e garrafas de vidro, pela sua possibilidade de reaproveitamento.

Para as etiquetas fixadas a cada alimento o desafio de não gerar lixo era maior. Por conterem informações muito pontuais e sem possibilidade de reuso, a solução encontrada foi a de criar carimbos com os números dos passos e ações e utilizar retalhos de tecidos que seriam descartados, como suporte para a aplicação.



Figura 22 – possibilidades de recipientes



Figura 23 – diferentes situações da sacola/pano : desamarrada, primeira amarração e pronta para ser transportada

desenvolvimento da identidade visual

Tendo o sistema de receitas definido, uma parte da identidade já estava se estruturando espontaneamente. O sistema cores e texturas como modo de organizar a receita deu origem a possibilidade de identidades específicas a cada receita.

A criação do nome e da marca ocorreram de forma paralela ao desenvolvimento do modo de ensinar as receitas, de modo que mantivessem uma unidade. Foram criados alguns critérios, tanto em relação ao nome quanto em relação à marca, fazendo com que dialogassem entre si e com todos os conceitos que o produto pretendia transmitir.

critérios para o nome do serviço

- remeter a algo prático
- não ressaltar o atributo "saudável"
- dinâmico
- remeter a alimento
- transmitir conceito de preparar e cozinhar
- simples e fácil
- descolado sem ser "gourmet"
- jovem e despojado
- informal
- proximidade com o cliente

O nome escolhido se destacou por alguns motivos dentre o demais. O termo "mistura" é usado em São Paulo para se referir a proteína animal que tem nas refeições ou então o acompanhamento além do arroz e feijão, sendo então um nome conhecido e com uma carga de simplicidade e proximidade. Por si só cozinhar é o ato de misturar diversos ingredientes e remete a algo simples, comida de verdade e não "gourmet". É um nome que aproxima, pelo seu caráter afetivo e informal.

critérios para a identidade do serviço

A marca, se estruturou junto com a linguagem das receitas. Os critérios foram criados seguindo o raciocínio das diretrizes para a concepção do ensino de receita.

As texturas e cores utilizadas como forma de distinguir as receitas foram incorporadas na identidade.

- transmitir a idéia da praticidade
- linguagem simples mas contemporânea
- linguagem jovem
- versátil
- fácil aplicação
- considerar uso consciente de recursos (impressões, lixos, tinta)

O desenvolvimento das texturas começou de maneira experimental, com tentativas de retirar as texturas dos próprios alimentos.

Os processos com melhores resultados estão documentados a seguir.

A primeira tentativa foi a de criar carimbos com os próprios alimentos, escaneando em seguida e tratando as imagens. Já a segunda tentativa escaneou diretamente folhas e alguns alimentos. Alguns padrões foram criados desse modo e aplicados ao nome da marca. Mas o resultado não chegou na estética esperada, as texturas não remetiam aos alimentos e trouxeram um resultado muito pesado, não expressando aquilo que o serviço representa.

Nesse momento, uma idéia que já tinha surgido anteriormente foi retomada. As texturas seriam abstrações gráficas de sensações e



figura 24 e 25: testes com alimentos e carimbos



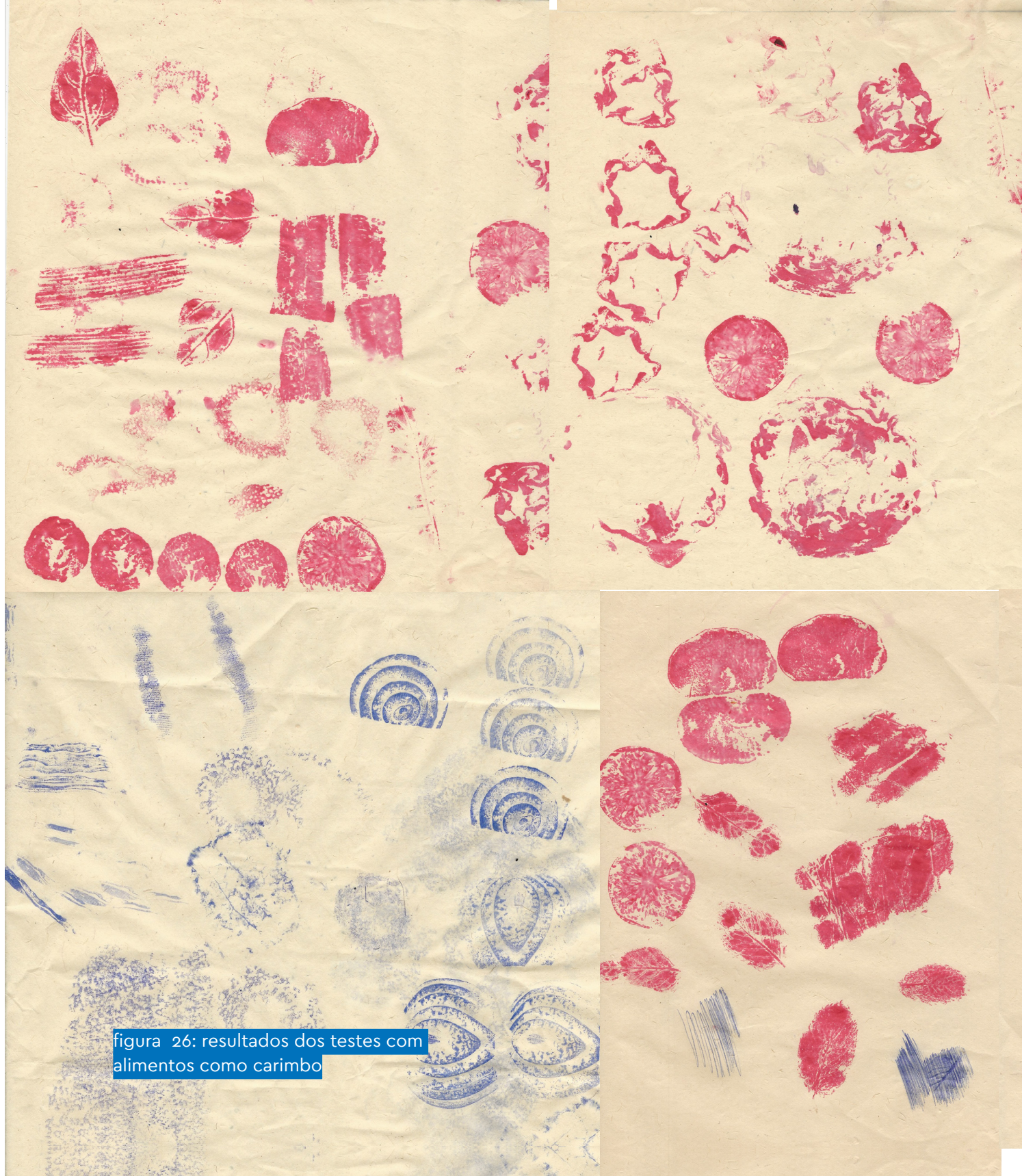


figura 26: resultados dos testes com alimentos como carimbo

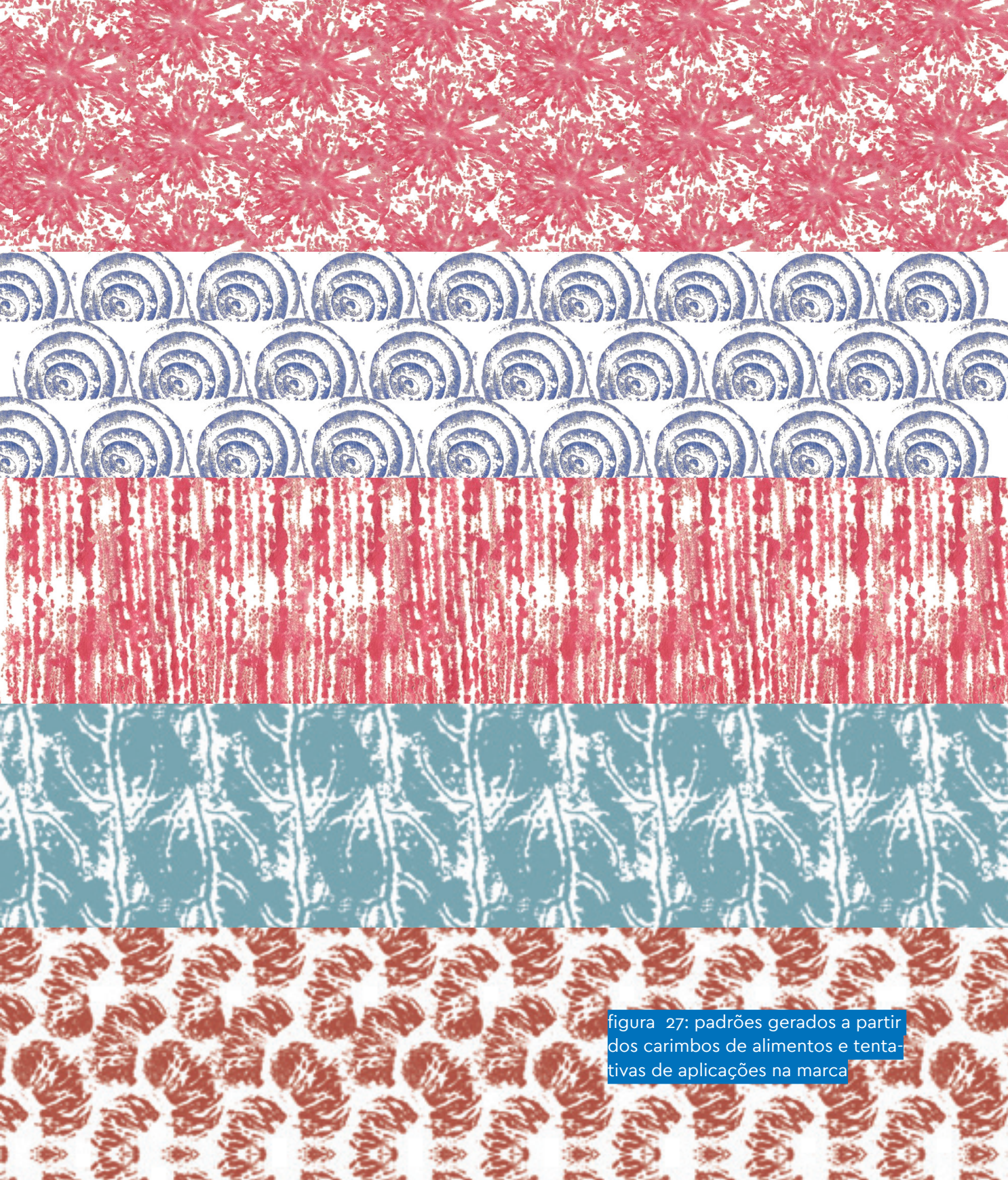


figura 27: padrões gerados a partir dos carimbos de alimentos e tentativas de aplicações na marca



MISTURA

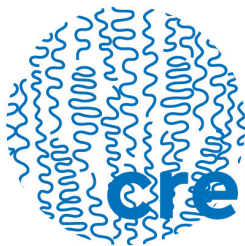
1 2 3 4 5

REFOGAR

mistura

figura 28: testes de textura com tipografia

características dos pratos oferecidos. Isso porque as sensações geradas por cada alimento a partir de seu sabor, textura, aspectos, são essenciais na relação com alimentos e reforçar esses adjetivos trabalha os sentidos de outra maneira. Os adjetivos identificados para a criação das texturas foram fibroso, cremoso, crocante, granulado, macio e picante.



cremoso



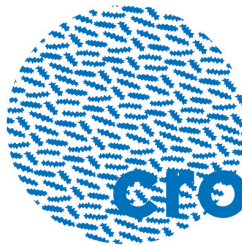
granulado



picante



fibroso

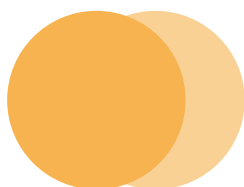


crocante

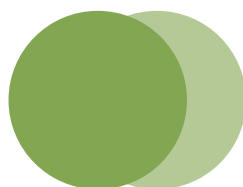


macio

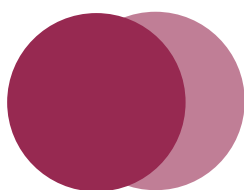
A paleta de cores foi definida a partir de ingredientes, entendendo que estas também serviriam de suporte nas receitas. Amarelo, verde, vermelho, marrom e rosa, cores que remetem aos mais diferentes alimentos in natura. E o azul, sendo uma cor difícil de ser encontrada em alimentos, representando tudo aquilo que não é comida, como utensílios de cozinha e textos. Todas as cores tem sua variação com 60% de transparência.



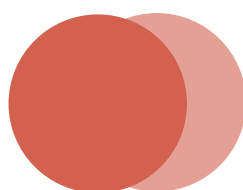
C - 0 R - 246
M - 35 G - 178
Y - 80 B - 79
K - 0



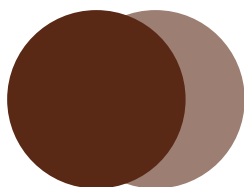
C - 55 R - 130
M - 20 G - 166
Y - 90 B - 81
K - 0



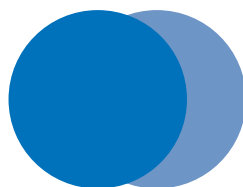
C - 32 R - 152
M - 94 G - 44
Y - 51 B - 81
K - 18



C - 15 R - 208
M - 75 G - 96
Y - 70 B - 78
K - 0



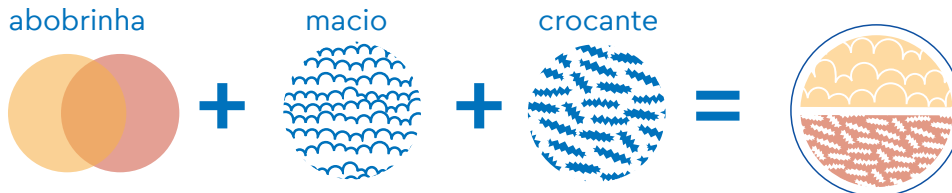
C - 40 R - 91
M - 80 G - 43
Y - 90 B - 95
K - 55



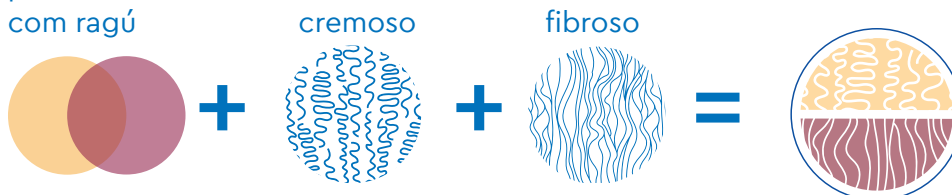
C - 100 R - 130
M - 50 G - 114
Y - 0 B - 188
K - 0

Com cada refeição recebendo duas cores das próprias cores do prato – ou que remetesse a refeição de alguma maneira – e dois atributos personificados em texturas foram criadas identidades individuais de cada kit. Reforçando ainda mais o nome do kit com a sobreposição de texturas e cores, criando uma verdadeira mistura.

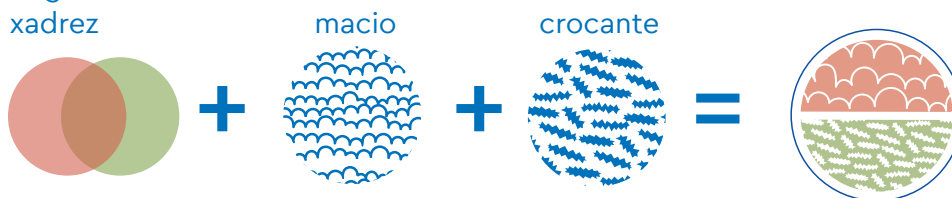
macarrão com
abobrinha



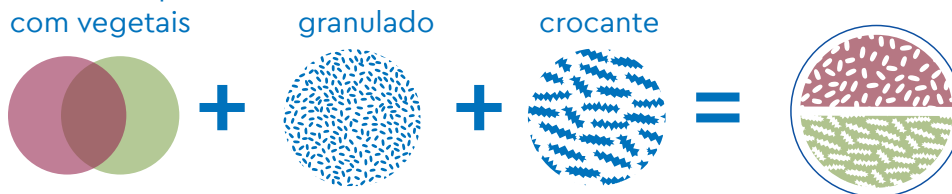
polenta
com ragu



cogumelo
xadrez



salada de quinoa
com vegetais

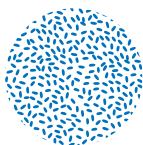


arroz sírio



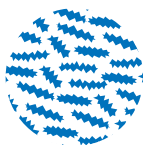
+

granulado

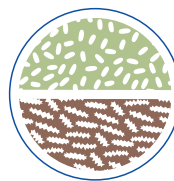


+

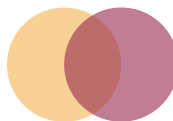
crocante



=

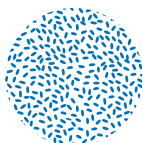


cuscuz marroquino
c/ wok de
legumes



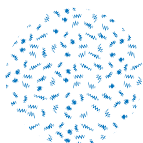
+

granulado

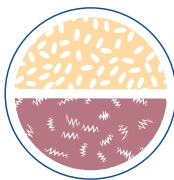


+

picante



=

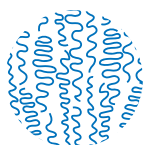


escondidinho de
mandioquinha
com escarola



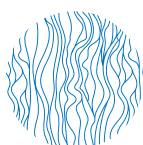
+

cremoso

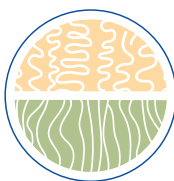


+

fibroso



=



legumes ao forno
com páprica



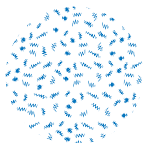
+

macio

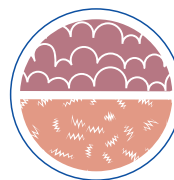


+

picante



=



Simultaneamente, a marca foi tomando forma espontaneamente, seguindo a linguagem das texturas e sobreposições. O deslocamento proposital pontua o lado dinâmico e prático do serviço, enquanto a sobreposição de cores e texturas traz a composição de sabores e ingredientes. A família tipográfica escolhida para o conjunto da identidade visual foi a Cera, em suas versões Regular e Medium, devido a sua versatilidade em diferentes materiais e pela aceitação da aplicação de texturas, sendo utilizada tanto no digital quanto no impresso.

Para textos

Aa

abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
0123456789

Cera Regular

Para títulos e destaques

Aa

abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
0123456789

Cera Medium

Para destaques e legendas

caixas de texto com
texto em branco

mistura

margem de deslocamento das letras

mistura

mistura

variações de marcas

o logo deve respeitar o deslocamento e transparência estabelecidos, mas deve ser dinâmico em relação a suas cores e texturas. As versões lisas ou monocromáticas devem ser utilizadas apenas em casos específicos ou em reduções



versão do logo branco



versão do logo preto



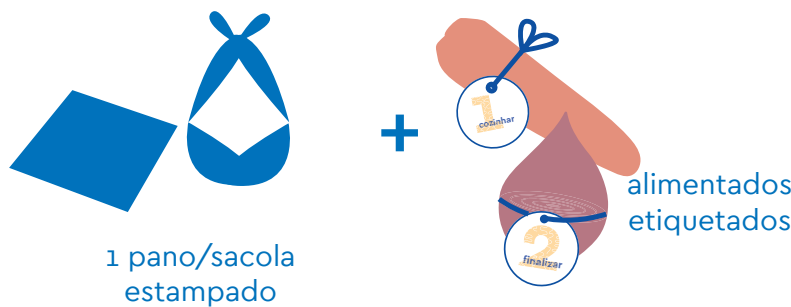
versão lisa e monocromática

variedade de logos –
baseados nas receitas




o kit

Tendo toda a identidade definida, os elementos do kit foram desenvolvidos e testados. O kit é composto por:




O rótulo seria preso na sacola, com informações básicas do produto, conforme modelo a seguir:

**polenta
com ragú de
cogumelos_**





kit de preparo rápido

utensílios necessários



habilidades necessárias

tempo de preparo

  **25'**

*a presença de pequenos insetos ou larvas é imprevisível – caso ocorra, retire as partes afetadas.

800g ingredientes para porção individual

mistura

Preparo imediato

Ingredientes: fubá/ azeite / queijo parmesão /shimeji e cogumelo paris / alho / cebola / vinho tinto / creme de leite / alecrim / sal

informação nutricional porção 400g		
Valor Energético	300 kcal	300 kcal
Carboidratos	100g	100g
Proteínas	100g	100g
Gorduras totais	100g	100g
Fibra Alimentar	100g	100g
Gorduras saturadas	100g	100g
Sódio	100g	100g





Fabricação:22/10/17 Val:22/10/17



1 38055 65154 7

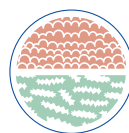
o kit

Como mencionado anteriormente, cada alimento terá sua etiqueta de pano, indicando a ordem dos procedimentos. Tais processos são diferenciados e indicados pela cor + textura, e ação carimbada. Processos muito específicos serão impressos no verso da etiqueta, conforme exemplo a seguir

	 picar refogar	 limpar picar refogar
	 cozinhar	 finalizar
frente		
verso	adicionar 2 copos de água fervente e cozinhar por 20min	misturar bem com o resto da polenta

Todo pano teria um módulo fixo, com um glossário, como na figura a seguir, e instruções básicas para começar o preparo. As impressões em serigrafia foram testadas, mas devido a problemas com o material, não obtiveram sucesso, tendo muitas falhas, principalmente nas letras, para o entendimento da receita. Algumas fotos do processo estão a seguir.

mistura

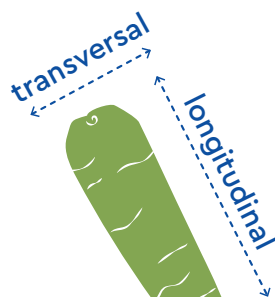


_para começar
lave todos os alimentos e
pique conforme indicado

comece pelo passo



_para ajudar



partes machucadas
se incomodar,
retirar apenas
a área danificada

rodela



fatias



palitos



cubos

P



M



G



GG



colocar os temperos aos poucos,
provando até agradar o paladar

+ dúvidas? acesse nosso site

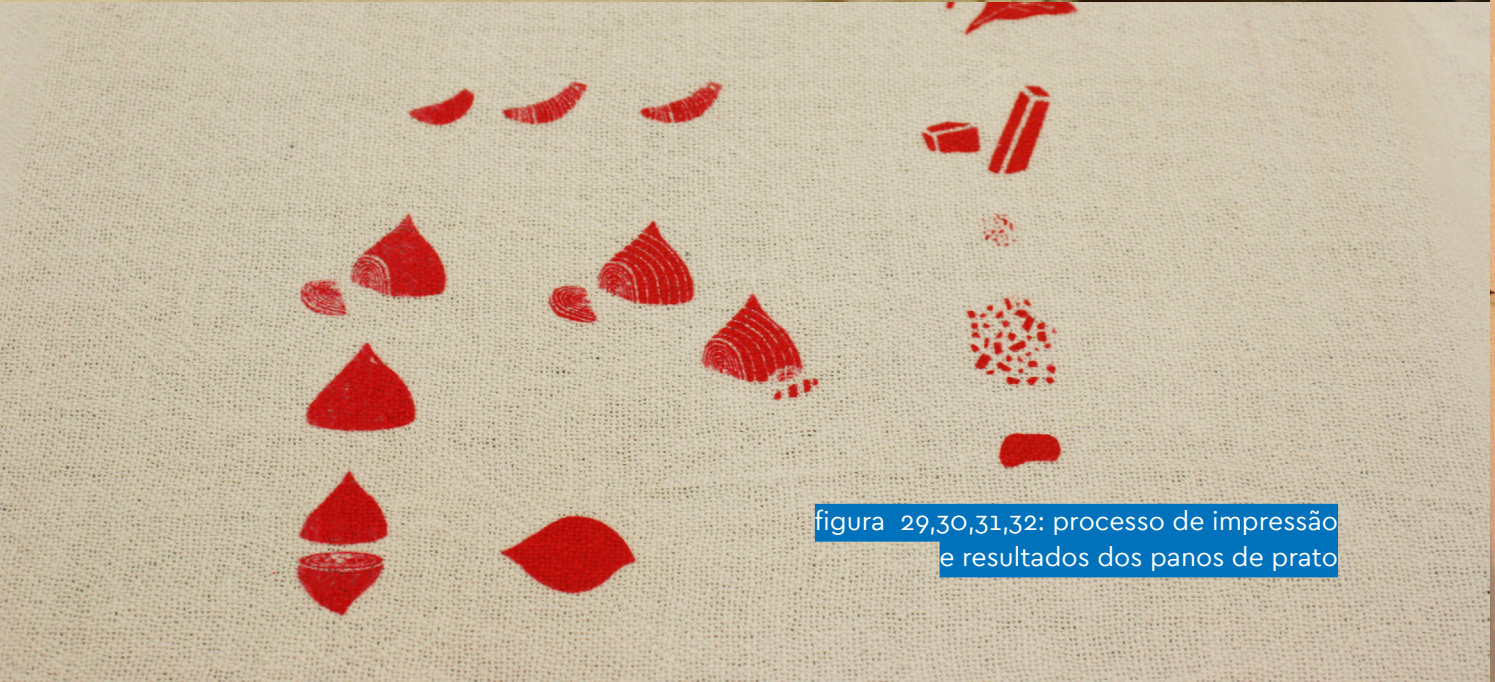


figura 29,30,31,32: processo de impressão
e resultados dos panos de prato



passos futuros

Como todo projeto, muitas oportunidades e idéias foram surgindo ao longo do processo, mas infelizmente muitas delas não foram desenvolvidas até a entrega deste volume.

O primeiro ponto que ficou em aberto foi o teste das receitas com usuários, o principal para entender a validade da proposta de serviço e desenvolver outras estampas ou rever o método de orientação das receitas.

Além disso, a identidade visual poderia ter mais desdobramentos como ícones indicando as ações das receitas.

A embalagem precisaria ter mais testes de diferentes tipos de kits e fixações das etiquetas.

Do ponto de vista do serviço, poderia ser interessante encontrar parceiros dispostos a testar kits pilotos.

considerações finais

O desenvolvimento desse projeto permitiu uma imersão no campo da alimentação, que por toda sua complexidade é difícil compilar todo o material obtido em apenas um caderno ou um projeto. Muitas fases do processo acabaram não sendo colocadas neste volume, foi mantido apenas o mais relevante para a estruturação do projeto apresentado. Além disso, pelo serviço envolver inúmeros conceitos, em alguns casos não foi possível contextualizar todas as iniciativas de projeto tomadas.

A falta de uma equipe para dividir tarefas e compartilhar dúvidas e processos foi uma grande dificuldade, mas interessante no sentido de identificar dificuldades pessoais. A etapa de pesquisa, principalmente as entrevistas em profundidade, deixaram a desejar, por dificuldades pessoais, deixando algumas justificativas de projeto incompletas. Do ponto de vista do design e aquilo proposto ocorreram muitas falhas projetuais, deixando alguns aspectos do serviço em aberto e indefinidos. A falta de testes com usuário, devido ao mal planejamento do cronograma, deixou em aberto a viabilidade do método criado.

Já do ponto de vista da eficácia do serviço, apresentando-o para possíveis compradores, começo a perceber que, devido à algumas escolhas de projeto, o kit e sua linguagem talvez tenham mais sucesso com outros nichos, um pouco mais engajados ou com algum gosto pela culinária.

O fato de muitas frentes terem sido abordadas, no aspecto experimental foi muito interessante, refletindo um pouco da minha postura como

designer, onde os processos costumam me interessar muito mais que os resultados. Um projeto inicialmente proposto como algo seguindo metodologias e design de serviços, trilhou um caminho muito mais experimental. Acredito muito na multidisciplinariedade e o conhecimento, mesmo que básico, de diferentes campos. Nesse sentido, consegui explorar e me desafiar em diferentes áreas, mesmo sem muita familiaridade – ilustração, serigrafia, pesquisas e metodologias, por exemplo.

De qualquer modo, o processo vivido ao longo desse ano foi muito intenso e desafiador para mim, me mostrando, principalmente, aquilo que me falta como designer.

bibliografia

BRASIL. Câmara Interministerial De Segurança Alimentar E Nutricional. **Plano Nacional De Segurança Alimentar E Nutricional**: (PLANSAN 2016-2019). Brasília, DF, maio de 2016. 68 p.

BRASIL. Decreto Nº 7.794, de 20 de agosto de 2012. Institui a Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 21 ago. 2012. Seção 1, p. 4.

BRASIL. Decreto Nº 6.323, de 27 de dezembro de 2007. Regulamenta a Lei no 10.831, de 23 de dezembro de 2003, que dispõe sobre a agricultura orgânica, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 28 dez. 2007. Seção 1, p. 2.

BRASIL. Lei No 10.831, De 23 de dezembro de 2003. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 24 dez. 2003. Seção 1, p. 8.

BRASIL. Ministério Da Saúde Secretaria de Atenção à Saúde Departamento de Atenção Básica. **Guia alimentar para a população brasileira**. 2 ed. Brasília, DF: Ministério da Saúde, 2014. 156 p.

COMIDA DA GENTE. Disponível em: <www.comidadagente.org/>. Acesso em 15 mai. 2017.

CSA BRASIL. Disponível em: <<http://www.csabrasil.org/csa/>>. Acesso em 15 mai. 2017.

DATAMARK. **Brazil moves \$ 27.5 billion with healthy foods**. Disponível em: <<http://www.datamark.com.br/en/news/2016/9/brazil-moves-27-5-billion-with-healthy-foods-216445/>>. Acesso em: 30 abr. 2017.

DESIGN KIT IDEO. **Design kit**. Disponível em: <<http://www.designkit.org/>>. Acesso em: 30 mai. 2017.

EL PAIS. O "alarmante" uso de agrotóxicos no Brasil atinge 70% dos

alimentos. Disponível em: <http://brasil.elpais.com/brasil/2015/04/29/politica/1430321822_851653.html>. Acesso em: 02 mai. 2017.

FOLHA DE SÃO PAULO. Veja como é o sistema de produção de alimentos orgânicos. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/921964-veja-como-e-o-sistema-de-producao-de-alimentos-organicos.shtml>>. Acesso em: 09 mai. 2017.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS. Faostat. Disponível em: <<http://www.fao.org/faostat/en/#home>>. Acesso em: 16 mai. 2017.

FRUTA IMPERFEITA. Disponível em: <frutaimperfeita.com.br/>. Acesso em 15 mai. 2017.

GASTROMOTIVA. Disponível em: <gastromotiva.org/>. Acesso em 15 mai. 2017.

INSTITUTO AKATU. -. Disponível em: <<https://www.akatu.org.br/>>. Acesso em: 08 mai. 2017.

INSTITUTO CHÃO. Disponível em: <www.institutochao.org/>. Acesso em 15 mai. 2017.

KUMAR, Vijay. 101 Design Methods: A Structured Approach for Driving Innovation in Your Organization. 1 ed. EUA: John Wiley & Sons, 2012. 336 p.

MINISTERIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. Orgânicos. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/organicos>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

MUDA SP. Disponível em: <muda.org.br/>. Acesso em 15 mai. 2017.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Food and Agriculture Organization of the United Nations. **Statistical Pocket book**: world food and agriculture 2015. Roma, 2015. 236 p.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Transformando Nosso Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável**, 2015.

POLLAN, Michael. **Food rules: An eater's manual**. 1 ed. EUA: Penguin Books, 2009. 160 p.

PONTO ELETRÔNICO. Dinâmica do afeto na alimentação contemporânea. Disponível em: <<http://pontoeletronico.me/2017/alimentacao-contemporanea/>>. Acesso em: 17 mai. 2017.

PORTAL DA SAÚDE. Educação alimentar e nutricional. Disponível em: <http://dab.saude.gov.br/portaldab/ape_promocao_da_saude.php?conteudo=educacao>. Acesso em: 01 mai. 2017.

RAÍZS. Disponível em: <www.raizs.com.br/>. Acesso em 15 mai. 2017.

SALSADA. Disponível em: <<http://www.salsada.com.br/>>. Acesso em 15 mai. 2017.

SLOW FOOD BRASIL. Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/>>. Acesso em 15 mai. 2017.

TERRA. Brasil desperdiça 40 mil toneladas de alimento por dia. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/economia/brasil-desperdica-40-mil-toneladas-de-alimento-por-dia,9ca8cd773b632479ed5bcba0abc1016fbmj-wajh9.html>>. Acesso em: 08 mai. 2017.

UOL TAB. Deserto alimentar. Disponível em: <<https://tab.uol.com.br/deserto-comida#deserto-alimentar>>. Acesso em: 15 mai. 2017.

Figura 1 – Kit oferecido pela Mindful Chef (disponível em: https://www.mindfulchef.com/ – acesso em Junho 2017)	39
Figura 2 – Kit oferecido pela Sun Basket (disponível em: https://www.sunbasket.com/ – acesso em Junho 2017)	39
Figura 3 – Kit oferecido pela Blue Apron, maior empresa do segmento (disponível em: https://www.blueapron.com/ – acesso em Junho 2017)	39
Figura 4 – possibilidades de amarrações do furoshiki (disponível em: http://chufs.cc/magazine/maga_volo6/mgzn_006-eco14.html – acesso em Junho 2017)	41
Figura 5 – sacolas amarradas estilo furoshiki (disponível em: https://ramonaclothing.wordpress.com/2013/08/02/tutorial-for-making-an-azuma-bento-bag/ – acesso em Junho 2017)	41
Figura 6 – desenhos preliminares para representar a receita (arquivo pessoal)	64
Figura 7 – primeiros testes digitais de ilustração e identidade (arquivo pessoal)	67
Figura 8 – ilustrações finais – Refogar (arquivo pessoal)	68
Figura 9 – ilustrações finais – Picar (arquivo pessoal)	71
Figura 10 – ilustrações finais – Cogumelos (arquivo pessoal)	71
Figura 11 – tinta de beterraba com álcool (arquivo pessoal)	73
Figura 12 -carimbos de betteraba (arquivo pessoal)	73
Figura 13 -tintas do teste 1 (arquivo pessoal)	73
Figura 14 -Testes com açafraão (arquivo pessoal)	73
Figura 15 – Teste com serigrafia e açafraão (arquivo pessoal)	73
Figuras 16 – preparo do repolho para tinta (arquivo pessoal)	74
Figuras 17 – preparo da tinta de canela (arquivo pessoal)	74
Figuras 18 – resultado do pano estampado (arquivo pessoal)	74
Figura 19 – pano estampado já seco (arquivo pessoal)	74
Figuras 20 – tecido estampado com canela e café (arquivo pessoal)	76
Figura 21 – testes das tintas a base de cola branca após lavagem (arquivo pessoal)	76
Figura 22 – possibilidades de recipientes (arquivo pessoal)	79
Figura 23 – difentes situações da sacola/pano: desamarrada, primeira amarração e pronta para ser transportada (arquivo pessoal)	79
Figura 24 – testes com alimentos e carimbos (arquivo pessoal)	82
Figura 25 – testes com alimentos e carimbos (arquivo pessoal)	82
Figura 26 – resultados dos testes com alimentos como carimbo (arquivo pessoal)	83
Figura 27 – padrões gerados a partir dos carimbos de alimentos e tentativas de aplicações na marca (arquivo pessoal)	84
Figura 28 – testes de textura com tipografia (arquivo pessoal)	85
Figura 29,30,31,32 – Processo de impressão e resultados dos panos de prato (arquivo pessoal)	96



